

ISSN 2522-1205 (Print)
ISSN 2522-1213 (Online)

ВІСНИК

ЛЬВІВСЬКОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Збірник наукових праць

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

ВИПУСК 65

ЛЬВІВ
ВИДАВНИЦТВО ЛЬВІВСЬКОГО
ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
2021

Вісник Львівського торговельно-економічного університету / [ред. кол.: Куцик П. О., Семак Б. Б. та ін.]. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2021. – Вип. 65. – 180 с. – (Економічні науки).

Збірник наукових праць

Випуск 65

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”.

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого ЗМІ від 7.06.2016 р. Серія КВ № 22161-12061 ПР. Друкується за ухвалою Вченої ради Львівського торговельно-економічного університету. Протокол засідання Ради № 5 від 24.12.2021 р.

Редакційна колегія:

Куцик Петро Олексійович, д.е.н., проф. (головний редактор);
Семак Богдан Богданович, д.е.н., проф. (заступник головного редактора);
Перепьолкіна Олена Олександрівна, к.е.н., доц. (відповідальний секретар);
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., проф.;
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., проф.;
Мізіук 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., проф.;
Флейчук Марія Ігорівна, д.е.н., проф.;
Черкасова Світлана Василівна, д.е.н., проф.;
Шавга Лариса Афанасьївна, д.е.н., проф. (Республіка Молдова);
Шевчук Віктор Олексійович, д.е.н., проф.;
Шимановська-Діанич Людмила Михайлівна, д.е.н., проф.

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

Видання індексується у наукометричних базах:

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

DOI: 10.36477/2522-1205

DOI: 10.36477/2522-1205-2021-65

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



© Львівський торговельно-економічний університет,
2021

ЗМІСТ

Куцик П. О., Ковтун О. І.

СТРАТЕГІЧНИЙ КОНТЕКСТ ВИХОДУ ТА ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ: КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ ТА АЛЬТЕРНАТИВИ СТРАТЕГІЧНИХ РІШЕНЬ.....7

Міщук І. П., Луцко С. О., Стецюк О. А., Терещенко І. В.

СУЧАСНІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ПОСТКОВІДНОЇ ЕКОНОМІКИ.....13

Воронко Р. М., Бачинський В. І., Бойко Р. В., Воронко О. С.

СУТНІСТЬ АУТСОРСИНГУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ, СФЕРА ТА МОЖЛИВОСТІ ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ.....23

Мізюк Б. М.

ПОТЕНЦІАЛ ТУРИСТИЧНО-ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА КІНЕТИЧНИЙ МЕХАНІЗМ ЙОГО ПЕРЕТВОРЕННЯ.....33

Красностанова Н. Е.

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ІНСТРУМЕНТИ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ.....39

Траченко Л. А.

ПРОБЛЕМИ ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ.....48

Морохович В. С., Кашка М. Ю., Талана С. Ю.

ТЕХНОЛОГІЧНІ ДРАЙВЕРИ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ.....53

Черкасова С. В.

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СТРАХОВОГО СЕКТОРА УКРАЇНИ.....59

Шевчук В. О., Соловій Х.

ЕКОНОМІЧНИЙ ВИМІР ВИБОРЧОЇ КАМПАНІЇ 2019 Р. В УКРАЇНІ.....65

Головацька С., Бурденко І., Нагірська К., Король А.

БІХЕВІОРИСТИЧНА МОДЕЛЬ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ У БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ В УМОВАХ РИЗИКУ ТА НЕВИЗНАЧЕНОСТІ.....72

Полякова Ю. В., Шайда О. Є., Антонів Л. Р.

ВПЛИВ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ В ПЕРІОД ДІЇ ГЛОБАЛЬНИХ КРИЗ.....79

Вовчанська О. М., Іванова Л. О., Балук Н. Р.

АМБІЄНТ-МАРКЕТИНГ ЯК СКЛАДОВА МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА.....88

Панченко В. А., Панченко О. П.

ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПОБУДОВИ МАТРИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ...97

Олексин І. І.

МІСЦЕ ТА РОЛЬ ОПЦІОННИХ ОПЕРАЦІЙ НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ДЕРИВАТИВІВ.....104

Грудзевич Ю. І., Скорук О. В.

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНСАЛТИНГУ У СФЕРІ РОЗСТРОЧЕННЯ
СПЛАТИ ПОДАТКОВИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ.....111

Колянко О. В.

ВЗАЄМОДІЯ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ І МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ
З ГРОМАДСЬКІСТЮ.....116

Петрук І. П.

ОЦІНКА МЕХАНІЗМУ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ РЕГІОНАЛЬНИМ РОЗВИТКОМ.....123

Poliakova Ju. V., Shayda O. Y., Yaremko S. A.

FOREIGN INVESTMENTS AND EXPORT ACTIVITIES OF UKRAINE.....132

Сокурєнко С. В.

МАКРОЕКОНОМІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КРИЗОВИХ ЯВИЩ В УКРАЇНІ.....139

Куцик В. І., Тимків Д. О.

ВЛАСТИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ УПРАВЛІННЯ
ПЕРСОНАЛОМ НА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....146

Чуй І. Р., Голдак С. М., Дума О. І.

ПОДАТКОВА БЕЗПЕКА ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ФІСКАЛЬНОЇ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ
ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ.....151

Шалева О. І.

ПУБЛІЧНІ ЗАКУПІВЛІ ЯК ОСНОВА B2G-СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ.....161

Непомнящий І. О.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ТА ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ
У СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ.....172

CONTENT

Kutsyk P. O., Kovtun O. I.

STRATEGIC CONTEXT OF ENTERING AND ACTIVITY OF DOMESTIC ENTERPRISES
IN FOREIGN MARKETS IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION: KEY ASPECTS
AND ALTERNATIVES FOR STRATEGIC DECISIONS.....7

Mishchuk I. P., Lutsko S. O., Stetsyuk O. A., Tereshchenko I. V.

CURRENT TRENDS OF DEVELOPMENT OF TRADE ACTIVITIES IN THE CONDITIONS
OF POST-COVID ECONOMY.....13

Voronko R. M., Bachynsky V. I., Boyko R. V., Voronko O. S.

THE ESSENCE OF ACCOUNTING OUTSOURCING, SCOPE AND POSSIBILITIES OF ITS USE.....23

Mizuk B. M.

POTENTIAL OF TOURISM&HOTEL ENTERPRISES AND KINETIC MECHANISM
OF ITS TRANSFORMATION.....33

Krasnostanova N. E.

MODERN TECHNOLOGIES AND TOOLS OF STRATEGIC ANALYSIS.....39

Trachenko L. A.

PROBLEMS OF CONSUMER PROTECTION IN UKRAINE
IN THE CONDITIONS OF EUROPEAN INTEGRATION PROCESSES.....48

Morokhovych V. S., Kashka M. Yu., Talapa S. Yu.

TECHNOLOGICAL DRIVERS OF TOURISM SERVICES MARKET DEVELOPMENT.....53

Cherkasova S. V.

INVESTMENT POTENTIAL OF THE INSURANCE SECTOR OF UKRAINE.....59

Shevchuk V., Soloviy Hr.

ECONOMIC DIMENSIONS OF THE 2019 ELECTION CAMPAIGN IN UKRAINE.....65

Holovatska S., Burdenko I., Nahirska K., Korol A.

BEHAVIORISTIC MODEL OF ACCOUNTING DECISION-MAKING UNDER THE CONDITIONS
OF RISK AND UNCERTAINTY.....72

Poliakova Ju. V., Shayda O. Y., Antoniv L. R.

THE IMPACT OF INTERNATIONAL TOURISM ON THE ECONOMY OF UKRAINE DURING
THE GLOBAL CRISIS.....79

Vovchanska O. M., Ivanova L. O., Baluk N. R.

AMBIENT-MARKETING AS A COMPONENT OF COMPANY'S MARKETING
COMMUNICATIONS..88

Panchenko V. A., Panchenko O. P.

THEORETICAL SUBSTANTIATION OF BUILDING OF MATRIX ORGANIZATIONAL
STRUCTURE OF ENTERPRISE'S MANAGEMENT IN CONDITIONS
OF INNOVATIONS IMPLEMENTATION.....97

Oleksyn I. I.

PLACE AND ROLE OF OPTIONAL OPERATIONS IN THE FINANCIAL
DERIVATIVES MARKET..104

<i>Grudzevych Yu. I., Skoruk O. V.</i>	
ACCOUNTING AND ANALYTICAL PROVISION OF CONSULTING IN THE FIELD OF DEFERRED PAYMENT OF TAX LIABILITIES.....	111
<i>Kolyanko O. V.</i>	
INTERACTION OF STATE ADMINISTRATION BODIES AND LOCAL GOVERNMENTS WITH PUBLIC.....	116
<i>Petruk I. P.</i>	
ASSESSMENT OF THE MECHANISM OF ANTI-CRISIS MANAGEMENT OF THE REGIONAL DEVELOPMENT.....	123
<i>Poliakova Ju. V., Shayda O. Y., Yaremko S. A.</i>	
FOREIGN INVESTMENTS AND EXPORT ACTIVITIES OF UKRAINE.....	132
<i>Sokurenko S. V.</i>	
MACROECONOMIC CRISIS DEVELOPMENTS IN UKRAINE.....	139
<i>Kutsyk V. I., Tymkiv D. O.</i>	
PROPERTIES OF APPLICATION OF INTERNATIONAL EXPERIENCE OF PERSONNEL MANAGEMENT AT UKRAINIAN ENTERPRISES.....	146
<i>Chuy I. R., Duma O. I., Holdak S. M.</i>	
TAX SECURITY AS A FACTOR OF INCREASING THE FISCAL EFFICIENCY OF THE TAX SYSTEM OF UKRAINE.....	151
<i>Shaleva O. I.</i>	
PUBLIC PROCUREMENT AS A BASIS OF B2G-SYSTEM OF THE E-COMMERCE.....	161
<i>Nepomniaschy I. O.</i>	
THEORETICAL FUNDAMENTALS OF GLOBALIZATION AND INTEGRATION PROCESSES IN THE WORLD ECONOMY.....	172

УДК 65.012.23

Куцик П. О.,

kutsykpetro@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-5795-9704,

Researcher ID: G-9204-2019,

д.е.н., проф., ректор, професор кафедри обліку, контролю, аналізу та оподаткування, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Ковтун О. І.,

okovtunsr@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-2380-520X,

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

СТРАТЕГІЧНИЙ КОНТЕКСТ ВИХОДУ ТА ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ: КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ ТА АЛЬТЕРНАТИВИ СТРАТЕГІЧНИХ РІШЕНЬ

***Анотація.** Розглядаються альтернативні заходи із забезпечення конкурентоспроможності підприємства на зовнішніх ринках відповідно до специфіки ситуації та її можливого розвитку на основі декомпонування стратегії за допомогою дерева структури стратегічних альтернатив. Аналізуються різноманітні типові ситуації розвитку бізнесу на зовнішніх ринках і відповідні їм стратегічні альтернативи конкурентної поведінки підприємства (стратегічні заходи, рішення, дії), спрямовані на забезпечення (підтримку або розвиток) його конкурентоспроможності в умовах глобалізації. Стратегія виходу та діяльності на зовнішніх ринках трактується як логіка поведінки підприємства щодо ключових аспектів формування, функціонування та розвитку його бізнесу в умовах глобалізації. Типовий стратегічний “патерн” підприємств, які здійснюють чи мають намір вийти на зовнішні ринки та конкурентно вести там свій бізнес, сформовано в контексті питань, які стосуються способів виходу, розвитку та діяльності підприємств на зовнішніх ринках. Зроблено висновок, що проблеми у бізнесі є насамперед наслідком неефективного управління через відсутність системного стратегічного підходу щодо вирішення проблем управління підприємством, зокрема в питаннях його виходу на зовнішні ринки та конкурентної діяльності на них, а не відсутності автоматизованого обліку та інформаційних систем на підприємстві і поза ним. Запропонована уніфікована модель дерева структури і альтернатив стратегічних рішень, представлена у вигляді метафрейма, допомагатиме у здійсненні відбору оптимальних варіантів рішень щодо ключових питань, пов’язаних із виходом та діяльністю вітчизняних підприємств на зовнішніх ринках в умовах глобалізації.*

Ключові слова: стратегічні рішення, стратегічні альтернативи, зовнішній розвиток підприємства, стратегія зовнішньоекономічної діяльності підприємства, стратегія зовнішнього розвитку

Kutsyk P. O.,

kutsykpetro@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-5795-9704,

Researcher ID: G-9204-2019

Doctor of Economics, Professor, Rector, Professor of the Department of Accounting, Control, Analysis and Taxation, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Kovtun O. I.,

okovtunsr@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-2380-520X,

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

STRATEGIC CONTEXT OF ENTERING AND ACTIVITY OF DOMESTIC ENTERPRISES IN FOREIGN MARKETS IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION: KEY ASPECTS AND ALTERNATIVES FOR STRATEGIC DECISIONS

Abstract. *Alternative measures to ensure the competitiveness of an enterprise in foreign markets in accordance with the specifics of the situation and its possible development based on the strategy decomposition using the tree of the structure of strategic alternatives are considered. Various typical situations of business development in foreign markets and corresponding strategic alternatives of competitive behavior of the enterprise (strategic measures, decisions, actions) aimed at ensuring (supporting or developing) its competitiveness in the context of globalization are analyzed. The strategy of entry and activity in foreign markets is interpreted as the logic of the company's behavior on key aspects of the formation, operation and development of its business in the context of globalization. The typical strategic "pattern" of enterprises that carry out or intend to enter foreign markets and competitively conduct their business there, is formed in the context of issues related to the ways of entry, development and operation in foreign markets. It is concluded that problems in business are primarily the result of inefficient management due to lack of systematic strategic approach to solving problems of enterprise's management, in particular in its entry into foreign markets and competition in them, rather than lack of automated accounting and information systems in and out of the enterprise. The proposed unified model of the tree of structure and alternatives to strategic decisions, represented in the form of a metaframe, will help to select the best solutions to key issues related to the entering and operating of domestic enterprises in foreign markets in the context of globalization.*

Key words: strategic decisions, strategic alternatives, external development of the enterprise, strategy of foreign economic activity of the enterprise, strategy of external development.

JEL Classification: C51; F49; L20

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2021-65-01>

Постановка завдання. Питання виходу та забезпечення конкурентоспроможності (синонім – конкурентоздатності) вітчизняних підприємств на зовнішніх ринках сьогодні, в умовах глобалізації національної економіки, є вельми актуальним для їх менеджменту: перед ними гостро постала проблема забезпечення виживання та подальшого розвитку. Цю проблему доцільно вирішувати системно, за допомогою відповідних стратегій як засобів для системного вирішення проблеми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. І хоча дослідженню конкурентоспроможності підприємства і, зокрема на зовнішніх ринках в умовах глобалізації, присвячені численні праці багатьох відомих вчених-економістів (М. Портера, І. Ансоффа, А. А. Томпсона-мол., А. Дж. Стрікланда, А. Вайсмана, Ж.-Ж. Ламбена, Г. Азоева, О. Градова, Р. Фатхутдінова, А. Юданова, Ю. Іванова, В. Оберемчук, З. Шершньової, С. Оборської, І. Должанського та інших), існує ще багато питань, недостатньо висвітлених та алгоритмізованих, для обґрунтування прийняття оптимальних рішень у будь-яких ситуаціях на основі використання певних універсальних критеріїв, як, наприклад, рівнів ризику. При цьому необхідно також врахувати, що в умовах високої нестабільності середовища сучасної глобалізованої економіки і відтак відсутності повної інформації про тенденції розвитку галузей і ринків, про конкурентів, про нові технології тощо стає практично неможливим уникнути помилок у стратегічному виборі, зокрема в напрямку зовнішнього розвитку та зовнішньоекономічної діяльності

підприємства. Тому важливим аспектом для вивчення, розгляду та утилітарної інтерпретації накопиченого досвіду в цьому контексті є питання морфологічної систематизації дискретних стратегічних альтернатив за ключовими питаннями, що стосуються зовнішнього розвитку та зовнішньоекономічної діяльності підприємств, яка могла би бути закладена в основу алгоритмізації, до певної міри, процесу підтримки прийняття рішень на основі нейромережових методів глибинного аналізу.

Зауважимо, що для підприємств, які мають намір здійснювати **зовнішній розвиток** у міжнародно-просторовому аспекті, пошук і вибір відповідних стратегій (форм) виходу на іноземні ринки залежить від таких основних факторів: цілей підприємства і його політики; доступу до ринків та їх привабливості; конкурентної позиції, яку можна досягнути.

Натомість можливість застосування конкретних стратегій (як форм міжнародної інтеграції), у свою чергу, визначають наступні фактори: ресурси, якими володіє підприємство; співвідношення доходів і витрат; рівень ризику; фактор часу; впливи підприємства на певному ринку і рівень його контрольованості.

Постановка завдання. *Мета даної розвідки – запропонувати: уніфікований стратегічний “патерн” для підприємств, які здійснюють чи мають намір вийти на зовнішні ринки та конкурентно вести там свій бізнес, який буде сформовано в контексті ключових питань, що стосуються способів виходу, розвитку та діяльності*

підприємств на зовнішніх ринках; уніфіковану модель дерева структури і альтернатив стратегічних рішень, яка допомагатиме у здійсненні відбору оптимальних варіантів рішень щодо ключових питань, пов'язаних із виходом та діяльністю вітчизняних підприємств на зовнішніх ринках в умовах глобалізації, та закладатиметься в якості метафрейма-алгоритму в системі підтримки прийняття рішень на основі ідеї штучних нейронних мереж.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах глобалізації економіки та враховуючи той факт, що експорт (чистий експорт) є одним із ключових елементів сукупного суспільного попиту і відтак чинників, що визначають параметри ВВП, його зростання, актуальним є питання щодо нарощування масштабів зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) вітчизняними підприємствами, успішне вирішення якого можливе лише на основі вироблення і в подальшому дотримання ними адекватного стратегічного “патерна” виходу на зовнішні ринки та здійснення там результативної та ефективної діяльності, яка має компенсувати негативні наслідки для їх бізнесу на національному глобалізованому ринку від посилення на ньому глобальної конкуренції (конкуренції з боку зарубіжних імпортерів-виробників аналогічної продукції), яка в контексті правил СОТ (найбільшого сприяння, національного режиму, взаємності, зобов'язань) і інтеграційних вимог (щодо вільної торгівлі) тільки зростатиме.

Відтак стратегічний контекст зовнішнього розвитку та зовнішньоекономічної діяльності підприємств має охоплювати вироблення ними довгострокової конкурентної політики на зовнішніх ринках як експортера та імпортера товарів і послуг, технологій, інвестицій тощо. Загалом цей стратегічний “патерн” має визначати логіку поведінки щодо таких аспектів діяльності підприємства:

а) вибору конкурентних способів діяльності підприємства в міжнародному зовнішньому економічному середовищі (на міжнародних ринках);

б) формування зв'язків підприємства та його адаптації до цього середовища з позицій конкурентоздатності;

в) формування з позицій конкурентоспроможності адекватної до цього середовища внутрішньої структури і процесів на самому підприємстві.

Відповідно, стратегічний “патерн” виходу підприємства на зовнішні ринки та здійснення там діяльності пропонує йому альтернативні рішення щодо напрямів зовнішнього (інтернаціонального) розвитку та забезпечення (підтримки, удосконалення і розвитку) його конкурентної діяльності на зовнішніх ринках.

Типовий (шаблонний) стратегічний “патерн” підприємств, які здійснюють чи мають намір вийти на зовнішні ринки та конкурентно вести там свій бізнес, в межах ключових питань стосовно способів виходу, розвитку та діяльності підприємств на зовнішніх ринках має розглядати і пропонувати для вибору такі дискретні альтернативні рішення (альтернативи стратегами):

1. Рішення щодо (визначення, обрання) *стратегічної орієнтації* ЗЕД підприємства за альтернативами: орієнтація на світовий ринок (глобалізація) або адаптація до оточення окремих іноземних ринків [1, с. 215; 2, с. 213]. Якщо спробувати розглянути більше варіантів рішень щодо стратегічної орієнтації підприємства в ЗЕД, то можна обирати серед таких стратегічних альтернатив (СА) поведінки [1, с. 214-222; 3, с. 91]:

➤ *етноцентричної (селективної) орієнтації* – полягає у використанні підприємством за кордоном конкурентних переваг, отриманих на вітчизняному (внутрішньому) ринку. Така СА зорієнтована на окремі іноземні ринки, які є подібними до вітчизняного, і реалізується шляхом експорту товарів на ці ринки. До речі, ця стратегема є характерною для більшості українських підприємств, які експортують свою продукцію в країни, в яких ринки схожі до вітчизняного;

➤ *поліцентричної (мультинаціональної) орієнтації* – це рішення щодо організації своєї діяльності на багатьох окремих (розрізнених) ринках. Реалізуючи таку СА, підприємство намагається отримати конкурентну перевагу шляхом адаптації своєї продукції до вимог багатьох іноземних ринків, які часто суттєво відрізняються між собою. Для відповідності цим різноманітним вимогам на важливих (суттєвих) іноземних ринках підприємства можуть створювати філії, дочірні та спільні підприємства (з наданням їм досить значного рівня автономії у відносинах із головним підприємством), які займатимуться не лише продажем, а й виробництвом продукції за кордоном;

➤ *глобальної (інтеграційної) орієнтації* – передбачає трактування світу або визначеного регіону як єдиного ринку. Це СА глобально- або регіоноцентричного типу орієнтації підприємства. Грунтується на можливості ігнорування існуючих кордонів між країнами, специфіки окремих країн та відмінностей національних ринків, забезпечуючи таким чином доставку стандартизованих, однакових продуктів на всі ринки. Конкурентна перевага в регіональному чи глобальному масштабі отримується за рахунок мінімізації витрат на виробництво продукції завдяки ефекту масштабу та створення інтегрованого ланцюга вартості в світовому масштабі. М. Портер запропонував розподіл діяльності підприємства на основні та допоміжні види в процесі створення вартості. Завдяки відповідному їх розподілу між окремими країнами, де підприємство розташовує власні виробничі та торговельні підрозділи, можна отримати конкурентну перевагу в світовому (чи регіональному) масштабі [4]. На протипагу поліцентричній стратегічній орієнтації така стратегія вимагає вищого рівня централізації прийняття рішень на головному підприємстві, а отже, й меншого рівня самостійності його автономних підрозділів за кордоном у вигляді філій та дочірніх підприємств. До речі, найбільш глобалізованими галузями на сьогодні є виробництво комп'ютерів та автомобілів [2, с. 217];

➤ *дуалістичної (інтерактивної) орієнтації* – передбачає, з одного боку, можливість отримати вигоду від глобальної інтеграції, а з іншого, – необхідність адаптації підприємства до умов місцевого ринку іноземної держави. Особливо актуальна ця стратегія для більшості українських підприємств, які сьогодні постійно стикаються з такими умовами у вигляді запроваджених протекціоністських бар'єрів в країнах ЄС, США та інших щодо багатьох видів своєї продукції. Стратегія передбачає дві альтернативні лінії поведінки: здійснення структурних та адміністративних заходів, спрямованих на часткову адаптацію до місцевих умов (наприклад, до вимог продажу продукції тощо) з максимальною можливою стандартизацією інших елементів бізнесу підприємства (наприклад, дій та заходів, у сфері НДДКР, виробництва, маркетингу, фінансів тощо) з метою інтеграції всієї діяльності підприємства або проведення гнучкої політики в переговорах щодо розширення діяльності підприємства в певній країні. Характерною такою стратегією є, наприклад, для фармакологічної галузі.

2. Рішення (стратегічний вибір) щодо *розвитку (зміни) міжнародної позиції підприємства* за альтернативами [1, с. 214-222]: стратегія зростання, консолідація, формування ринкової позиції, вихід із ринку. Стратегічні рішення щодо зміни міжнародної позиції підприємства приймаються як на рівні підприємства в цілому для всіх видів продукції загалом, так і на рівні всіх підрозділів підприємства, у тому числі і тих, які розміщені за кордоном (філій, дочірніх та спільних підприємств). Вибір СА розвитку (зміни) міжнародної позиції підприємства здійснюється на основі матриці МакКінсі за параметрами: конкурентна позиція, яку займають окремі види продукції (або підрозділи підприємства) в портфелі продукції, та привабливість ринку країни. До речі, *стратегію зростання* або, як її ще називають, “експансію” (придатна для продукції і ринків країн із прогнозованою високою чи середньою привабливістю ринку) застосовують з метою досягнення підприємством позицій лідера на ринку. *Стратегія консолідації* (пропонується для тих видів продукції і тих ринків, де підприємство вже досягло позиції лідера) застосовують для зміцнення завойованої позиції з метою забезпечення припливу додаткових доходів на фінансування стратегії зростання і стратегії формування ринкової позиції. *Стратегія створення ринкової позиції* (придатна для підприємств із слабкою конкурентною позицією, що виходять на ринок із відносно новими видами продукції або розпочинають свою діяльність на нових ринках із середнім та високим рівнем привабливості) орієнтує підприємство на покращення позиції і забезпечення більш високої частки на ринку, але без претендування на лідерство. *Стратегія виходу з ринку (деінвестування)* передбачає відмову підприємства виробляти продукцію і (або) продавати її на досліджуваних ринках (характерна для видів продукції і ринків, що спричиняють періодичні або постійні втрати й оцінюються негативними грошовими потоками для підприємства).

3. Рішення щодо (формування) *стратегії виходу на міжнародний ринок* [1, с. 216-217; 2, с. 217-218]: вибір організаційної форми започаткування і розвитку діяльності підприємства за кордоном за такими альтернативами: закордонна торгівля (експорт), передача ліцензій, франчайзинг, дочірнє підприємство, закордонна філія, виробниче підприємство, СП.

4. Рішення, що стосуються вибору *способу організації діяльності*: самостійне здійснення діяльності або кооперація з іноземним партнером [1, с. 216-217, 222].

5. Рішення (визначення) щодо *способів конкуренції* на основі *виду конкурентних переваг, якими володіє підприємство, і поведінки підприємства при їх створенні та охороні*. Розглядаються як альтернативи до застосування стандартні (базові) конкурентні стратегії (за М. Портером) – лідерство за витратами продукту, що широко представлений на ринку, диференціація на загальному фоні продукту, що представлений на всьому ринку, фокусування на певному сегменті ринку із застосуванням стратегії мінімізації витрат, диференціації або їх поєднання; так і модерна стратегія уникнення конкуренції – створення інноваційної цінності, тобто виходу на новий ринок із новим продуктом.

6. Рішення щодо *адаптації різних функціональних видів діяльності (бізнес-процесів) підприємства* (маркетинг, НДДКР, виробництво, технології, постачання, фінанси, інвестиції, кадри, управління, соціальна діяльність, екологія тощо) до умов міжнародної (зовнішньоекономічної) діяльності (мається на увазі узгодження інших функціональних сегментів (бізнес-процесів) підприємства та їх стратегій зі стратегією ЗЕД у контексті обраної загальної стратегії розвитку підприємства за сценарієм “інтернаціоналізація” з метою знайти джерела конкурентної переваги на основі аналізу різних (альтернативних) варіантів побудови профілю дій інтернаціоналізованого підприємства в межах його ланцюжка вартості). Загалом залежно від можливого (запропонованого М. Портером) *способу профілювання* (конфігурації) дій (заходів, видів і сфер діяльності) в межах ланцюжка вартості в просторовому контексті (способи – максимальна концентрація передбачених ланцюжком вартості дій (заходів, видів і сфер діяльності) у певному місці або допустиме їх розпорошення) можливі такі СА [4]: концентрації всіх дій (заходів, видів і сфер діяльності) в одній країні, з якої готова продукція експортується за кордон; реалізації повного ланцюжка вартості в кожній країні; реалізації окремих дій або груп дій підприємства в різних країнах, що обумовлюється специфікою регіональних переваг для здійснення відповідних дій (видів і сфер діяльності); запровадження системи (конфігурації) мережі, суть якої полягає у тому, що частини або ж готова продукція виготовляється спеціалізованими виробничими підрозділами глобалізованого підприємства, розміщеними в різних країнах, після чого відбувається взаємообмін.

7. Рішення щодо *способів координації* (під координацією ми маємо на увазі спосіб, за допомогою

якого схожі або такі самі дії (види і сфери діяльності), розміщені в різних країнах, узгоджуються між собою) *дій профілю підприємства у межах ланцюжка вартості підприємства в просторовому контексті його ЗЕД*: формування організаційних структур, інформаційних мереж, управління і контроль міжнародних підприємств, поділ повноважень між головним підприємством і субпідприємствами тощо.

8. Рішення щодо *взаємодії з політичним оточенням* з метою зниження ризиків, які можуть виникати внаслідок втручання владних структур як у власній країні, так і за кордоном: проведення гнучкої політики переговорів, структурні й адміністративні заходи, спрямовані на адаптацію до місцевих умов, розробка альтернативних варіантів поведінки тощо.

На завершення відзначимо, що всі розглянуті нами СА повинні так чи інакше ґрунтуватися на інноваціях: технологічних, продуктових, організаційних, маркетингових, управлінських тощо. Дослідження зарубіжних економістів переконливо свідчать, що основна частка зростання ВВП сьогодні пов'язана не з капітальними вкладеннями, а з технологічними нововведеннями, зі сприйнятливістю підприємств і економіки загалом до інновацій, чому власне мають служити розроблені та реалізовані на підприємствах стратегії виходу на зовнішні ринки завдяки інноваціям, тобто інноваційні стратегії інтернаціоналізації та ЗЕД, що визначають логіку поведінки підприємства (загальнокорпоративної, бізнесової та в контексті окремих бізнес-процесів) на зовнішніх ринках на основі впровадження та використання різних інновацій по всьому колу ключових аспектів цієї поведінки [5].

Привабливість застосування запропонованого дерева структури та стратегічних альтернатив щодо зовнішнього розвитку бізнесу підприємств для обґрунтування стратегічних рішень щодо виходу на зовнішні ринки полягає у всебічному розгляді певного бізнесу підприємства (у виборі й оцінці його ринкової ніші, рішень щодо ключових питань його функціонування та розвитку на зовнішніх ринках) із усіх можливих позицій. У процесі аналізу можливостей щодо зовнішнього розвитку підприємства можна використовувати широкий набір показників, які формуватимуть великий масив описів зазначених (дискретних варіантів рішень) щодо певного бізнесу підприємства та ключових аспектів його функціонування та розвитку на зовнішніх ринках.

Натомість, використовуючи адекватну систему критеріїв оцінки, а такими критеріями в даній моделі, на наш погляд, повинні бути насамперед *ризик* [7], виявляють найоптимальніші для підприємства ринкові нішу, напрями і форми інтернаціонального розвитку та здійснення ЗЕД, що, у свою чергу, є основою для реалізації альтернативних конкурентних можливостей підприємства й отримання ним конкурентних переваг на шляху забезпечення прибуткової діяльності на зовнішніх ринках.

Отже, ми пропонуємо застосовувати розглянуте дерево структури і стратегічних альтернатив у

вигляді метафрейма, який допомагає сформувати й обрати оптимальну логіку поведінки (розумій - стратегію) підприємства на зовнішніх ринках, яка охоплює комплекс оптимальних стратегічних рішень щодо ключових питань його функціонування та розвитку на цих ринках, обраних на основі оцінки їх ризиків.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Правильно (обґрунтовано) обрана та адекватно та інноваційно змістовно наповнена стратегія виходу на зовнішні ринки та здійснення там ефективної діяльності як певний стратегічний набір усіх рішень щодо забезпечення цього процесу підприємством на всіх його рівнях та щодо всіх складових його функціональної діяльності (всіх бізнес-процесів) є запорукою тривалого успіху будь-якого підприємства, засобом забезпечення його конкурентоспроможності та конкурентостійкості на зовнішніх ринках.

При цьому необхідно також врахувати, що в умовах високої нестабільності середовища глобальної економіки і відтак відсутності повної інформації про тенденції розвитку галузі і ринків, про конкурентів, про нові технології тощо стає **практично неможливим уникнути помилок у стратегічному виборі.**

Мінімізувати ці помилки *дозволятиме уніфікована модель дерева структури та стратегічних альтернатив для прийняття рішень щодо виходу підприємства на зовнішні ринки та конкурентної діяльності на них*, яку можна використовувати як інструмент, що повинен давати відповідь на ключове запитання менеджменту підприємства: “Куди та як йти далі?” та “Як діяти?”, щоб не бути витісненими більш сильними конкурентами з бізнесу або взагалі не зникнути у процесі глобалізації ринків унаслідок неврахування тенденцій їх розвитку і щоб забезпечити стабільність та ефективність свого бізнесу на тривалий період часу. Ця модель може бути закладена в основу *алгоритму* системи підтримки прийняття рішень на основі штучних нейронних мереж із використанням технологій “BigData” та “дейтамайнінгу”, про що йтиме мова у наших наступних публікаціях. Тут лише зауважимо, що *проблеми у бізнесі є насамперед наслідком неефективного управління через відсутність системного стратегічного підходу* щодо вирішення проблем управління підприємством, зокрема в питаннях його виходу на зовнішні ринки та конкурентної діяльності на них, а не відсутності автоматизованого обліку та інформаційних систем на підприємстві і поза ним. І власне, запропонована нами модель дерева структури та стратегічних альтернатив для прийняття рішень щодо виходу підприємства на зовнішні ринки та конкурентної діяльності на них є тим метафреймом, який робить із інформаційних технологій системний прикладний інструмент управління.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ансофф И. Стратегическое управление. М. : Экономика, 1989. 519 с.
2. Томпсон мл. А. А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа. К. : Вильямс, 2003. 924 с.
3. Коломієць І. Ф. Управління ЗЕД підприємства в процесі його інтернаціоналізації : монографія ; ІРД НАН України. Львів, 2004. 247 с.
4. Портер М. Международная конкуренция / под ред. В. Д. Щетинина, пер. с англ. М. : МО, 1993. 896 с.
5. Ковтун О. І. Інноваційні стратегії в системі забезпечення конкурентоспроможності для вітчизняних підприємств: теоретико-методологічні засади формування та реалізації : монографія. Львів : Вид-во Львівської комерційної академії, 2013. 352 с.
6. Ковтун О. І. Стратегія підприємства. Видання 2-ге, оновлене і доповнене. Львів : „Новий Світ-2000”, 2018. 426 с.
7. O uso da engenharia econômica no contexto da gestão estratégica empresarial (Використання економічної інженерії в контексті стратегічного управління бізнесом) / Kutsyk P., Kovtun O., Klochan V., Klochan I., Krakhmalova N., & Prokopenko O. Laplage Em Revista, 7(Extra-E). 2021. P. 427-436. <https://doi.org/10.24115/S2446-622020217Extra-E1215p.427-436>.
8. Turban E. Decision support and expert systems: management support systems. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall, 1995.

REFERENCES

1. Ansoff Y. (1989), Stratehicheskoe upravlenye, Ekonomyka, M., 519 s.
2. Tompson, ml. A. A., Stryklend, A. Dzh. (2003), Stratehicheskyy menedzhment: kontseptsyy y situatsyy dlia analiza, Vyl'iams, K., 924 s.
3. Kolomiets', I. F. (2004), Upravlinnia ZED pidpriemstva v protsesi joho internatsionalizatsii : monohrafiia ; IRD NAN Ukrainy, L'viv, 247 s.
4. Porter M. (1993), Mezhdunarodnaia konkurentsya / pod red. V. D. Schetynyna, per. s anhl., MO, M., 896 s.
5. Kovtun, O. I. (2013), Innovatsijni stratehii v systemi zabezpechennia konkurentospromozhnosti dlia vitchyznianiukh pidpriemstv: teoretyko-metodolohichni zasady formuvannia ta realizatsii : monohrafiia, Vyd-vo L'vivs'koi komertsijnoi akademii, L'viv, 352 s.
6. Kovtun, O. I. (2018), Stratehiia pidpriemstva, Vydannia 2-he, onovlene i dopovnene, „Novyj Svit-2000”, L'viv, 426 s.
7. O uso da engenharia econômica no contexto da gestão estratégica empresarial (Vykorystannia ekonomichnoi inzhenerii v konteksti stratehichnoho upravlinnia biznesom) / Kutsyk P., Kovtun O., Klochan V., Klochan I., Krakhmalova N., & Prokopenko O. (2021), Laplage Em Revista, 7(Extra-E), p. 427-436. <https://doi.org/10.24115/S2446-622020217Extra-E1215p.427-436>.
8. Turban E. (1995), Decision support and expert systems: management support systems, Englewood Cliffs, N.J., Prentice Hall.

Стаття надійшла до редакції 15 листопада 2021 року

УДК 339.3:330.34

*Мишук І. П.,
igmislog@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001- 5661-0164,
Researcher ID: F-4185-2019,
д.е.н., проф., завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та логістики, Львівський торговельно-
економічний університет, м. Львів*

*Луцко С. О.,
магістрант, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів*

*Стецюк О. А.,
магістрант, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів*

*Терещенко І. В.,
магістрант, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів*

СУЧАСНІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ПОСТКОВІДНОЇ ЕКОНОМІКИ

Анотація. *Стаття присвячена дослідженню сучасного стану розвитку внутрішньої торгівлі України в умовах карантинних обмежень на торговельний бізнес. Встановлено, що в період 2016-2021 р. у внутрішній торгівлі України відбувалися суперечливі процеси розвитку роздрібною та оптовою торгівлі та видового складу їх суб'єктів у частині зміни чисельності, обсягів і результативності діяльності. Встановлено наявність прямого зв'язку між скороченням торговельної діяльності суб'єктів торгівлі та виявленими в аналізі тенденціями скорочення роздрібною товарообігу на основі традиційних (офлайнових) технологій збуту через карантинні обмеження торгівлі для продавців непродовольчих товарів у поєднанні з суттєвими змінами в стратегіях підприємств роздрібною торгівлі та змінами в поведінці споживачів, що відбулися під впливом карантинних обмежень. Визначено факт вирішального впливу антиковідних обмежень на припинення діяльності низки торговельних підприємств та/або здійснення її із збитковими результатами. Охарактеризовано зміст основних тенденцій у процесах адаптації торгівлі до умов постковідної економіки, розвитку технологій та організаційних бізнес-моделей провадження торговельного бізнесу, відображено результати інноваційного поглиблення типологічного різноманіття суб'єктів та об'єктів торговельного середовища. Акцентовано на ключовій ролі цифрових технологій у розробці та впровадженні в практику сучасних бізнес-моделей і форматів торговельних закладів, а також розвитку мобільної та електронної торгівлі. Наголошено на необхідності інтеграції в умовах карантинних обмежень суб'єктів торговельного підприємництва в інтегровані регіональні формування з забезпечення споживачів продовольством на засадах логістики і з дотриманням рекомендацій ФАО.*

Ключові слова: внутрішня торгівля, суб'єкти торговельної діяльності, карантинні обмеження, торговельні технології, формат магазину, бізнес-модель, логістика.

*Mishchuk I. P.,
igmislog@ukr.net, ORCID: 0000-0001- 5661-0164,
Researcher ID: F-4185-2019,
Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Entrepreneurship, Trade and Logistics, Lviv
University of Trade and Economics, Lviv*

*Lutsko S. O.
Master's degree student, Lviv University of Trade and Economics, Lviv*

*Stetsyuk O. A.,
Master's degree student, Lviv University of Trade and Economics, Lviv*

*Tereshchenko I. V.,
Master's degree student, Lviv University of Trade and Economics, Lviv*

CURRENT TRENDS OF DEVELOPMENT OF TRADE ACTIVITIES IN THE CONDITIONS OF POST-COVID ECONOMY

Abstract. The article is devoted to the study of the current state of development of domestic trade of Ukraine in the conditions of quarantine restrictions on trade business. It is determined that in the period of 2016-2021 in the internal trade of Ukraine there were contradictory processes of development of retail and wholesale trade and species composition of their subjects in terms of changes in the number, volume and effectiveness of activities. The existence of a direct relationship between the reduction of trade activities of trade entities and the trends identified in the analysis to reduce retail trade on the basis of traditional (offline) sales technologies due to quarantine restrictions on trade for non-food retailers, combined with significant changes in the strategies of retail network companies and changes in customer behavior that have occurred under the influence of quarantine restrictions. The fact of decisive influence of anticovid restrictions on the termination of a number of trade enterprises activities and/or its implementation with unprofitable results is noted. The content of the main trends in the processes of adaptation of trade to the conditions of the post-covid economy, the development of technologies for trade business are described, the results of innovative deepening of the typological diversity of subjects and objects of the trade environment are shown. Emphasis is placed on the key role of digital technologies in the development and implementation in practice of modern business models and formats of trade establishments as well as the development of mobile and e-commerce. The necessity of activating the subjects of wholesale trade to increase the level of organization of trade promotion and trade in specialized commodity markets is substantiated. In conditions of quarantine restrictions emphasis was placed on the need to integrate quarantine restrictions on trade businesses into integrated regional formations to provide consumers with food on a logistics basis and in compliance with FAO recommendations.

Key words: domestic trade, trade entities, quarantine restrictions, trade technologies, store format, business model, logistics.

JEL Classification: A13; L81, M13, O30

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2021-65-02>

Постановка проблеми. Одним із найважливіших видів економічної діяльності в національній економіці України закономірно вважається внутрішня торгівля, яка не лише забезпечує задоволення потреб споживачів у товарах і послугах, але відіграє суттєву роль у формуванні економічного потенціалу країни. Сучасний розвиток внутрішньої торгівлі ускладнений не лише кризовими процесами в економіці України внаслідок падіння рівня національного виробництва, загострення інфляційних процесів і підвищення цін на більшість товарів, зниження грошових доходів більшості категорій споживачів, зростання ролі імпорту в постачанні більшості товарів (частка імпортних товарів у роздрібному товарообороті досягла 48% серед продовольчих і 68% – серед непродовольчих товарів [1, с. 6]), але й впливом карантинних обмежень бізнесу в період глобальної пандемії COVID-19 і дотепер. Унікальне поєднання традиційних (переважно – ринкових) чинників впливу на розвиток внутрішньої торгівлі з жорсткими адміністративними обмеженнями торговельного підприємництва в різних сегментах економіки (доцільність і законність яких до сьогодні піддається сумнівам з боку значної частини суспільства) призвело до суттєвих змін як складу, структури і “ландшафту” торговельного середовища в світі і, зокрема – в Україні, так і до активізації інноваційних процесів у сфері торговельних технологій, генерації нових стратегій розвитку торговельного бізнесу, пошуку нових підходів і парадигм адаптації внутрішньої торгівлі України до умов

постковідної економіки та забезпечення ефективності діяльності суб’єктів торговельної діяльності. Це зумовлює актуальність проведення аналізу сучасного стану і тенденцій розвитку внутрішньої торгівлі України в сучасних умовах і використання його результатів для прогнозування та моделювання розвитку окремих секторів сфери товарного обігу та різних типологічних груп суб’єктів торговельного середовища в коротко- і середньостроковій перспективі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загальнотеоретичні проблеми сутності та засад функціонування внутрішньої торгівлі досліджувалися низкою зарубіжних і вітчизняних вчених, серед яких виділяються праці А. Мазаракі [2], С. Наровчатова [3], І.-Ф. Шерра, Л. Брагіна і Т. Данько, Б. Бермана та Дж. Еванса, В. Лагутіна та ін. Питання формування сучасної структури внутрішньої торгівлі України, розроблення теоретичних основ діяльності підприємств оптової та роздрібною торгівлі, системи господарських основ і механізмів провадження та регулювання торговельного підприємництва у різних її секторах досліджувались у роботах В. Апопія, П. Балабана і М. Балабана, А. Виноградської, Н. Голошубової, В. Даненбурга, П. Куцика та ін. Проте в цих наукових працях питання аналізу специфічних умов функціонування суб’єктів внутрішньої торгівлі в період трансформаційних змін економіки, супроводжуваних адміністративними та санітарно-гігієнічними обмеженнями діяльності бізнесу в умовах карантину, а також завдання визначення

напрямків і чинників змін у діяльності суб'єктів торговельного підприємництва в постковідній економіці не ставились і не могли ставитись. Одним із небагатьох винятків у цьому аспекті можна визнати колективну працю вітчизняних авторів [4], присвячену питанням моделювання можливостей економічної адаптації підприємств торгівлі та індустрії гостинності в умовах карантинного зонування. Тому дослідження визначених вище питань у даний час видається нам цікавим та актуальним.

Постановка завдання. Мета даної публікації полягає у дослідженні сучасного стану розвитку внутрішньої торгівлі України, виокремленні основних чинників, трендів і проблем розвитку суб'єктів торговельної діяльності в нових економічних умовах та формулюванні окремих прикладних рекомендацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проголошений в Україні курс на побудову соціально-орієнтованої економіки об'єктивно передбачає необхідність посилення її орієнтації на задоволення потреб населення на основі розвитку підприємницького сектора в сфері товарного обігу. Особливо актуальною та привабливою для становлення підприємницьких формувань сферою народногосподарського комплексу в сучасних умовах вважається внутрішня торгівля, котра в Класифікаторі видів економічної діяльності віднесена до секції "Оптова і роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів". Свідченням цього є той факт, що у 2020 р. в Україні у зазначеному сегменті функціонувало майже 42% всієї чисельності

суб'єктів господарювання (табл. 1), які забезпечували понад 40% від загальних обсягів реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання.

Характерною особливістю внутрішньої торгівлі є домінування в її складі суб'єктів господарювання, які функціонують на засадах малого підприємництва переважно в форматі фізичних осіб-підприємців, частка яких, як видно з табл. 1, складала у 2020 р. майже 88,1% від загальної чисельності суб'єктів господарювання у сфері внутрішньої торгівлі та майже 10,0% від їх показника загальних обсягів реалізації товарів (продукції, послуг); при цьому фізичні особи-підприємці забезпечили у 2020 р. реалізацію майже 44,6% всієї продукції (товарів, послуг) суб'єктів підприємництва даної категорії. В той же час типологічно специфікою даного сегмента торговельного підприємництва є переважна орієнтація на провадження фізичними особами-підприємцями діяльності з роздрібною торгівлі на засадах використання магазинів, об'єктів дрібно-роздрібною торговельною мережі та торгових місць на ринках, в той час, як юридичні особи (підприємства торгівлі) домінують у секторі оптової торгівлі.

Розвиток внутрішньої торгівлі України протягом останніх років (2016-2020 рр.) характеризується досить суперечливими тенденціями до скорочення чисельності (табл. 2) та обсягів діяльності суб'єктів малого торговельного підприємництва як загалом, так і за ознакою їх правового статусу.

Таблиця 1

Роль внутрішньої торгівлі в економіці України за чисельністю суб'єктів господарювання та обсягами реалізації продукції у 2020 рр.
(розраховано за: [5])

Параметри оцінювання	Кількість діючих суб'єктів господарювання					
	Усього	у % до загального показника	у тому числі:			
підприємства			фізичні особи-підприємці			
Чисельність, усього, од.			одиниць	у % до загального показника	одиниць	у % до загального показника
	1973652	100,0	373897	100,0	1599755	100,0
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	826129	41,9	98369	26,3	727760	45,5
Обсяги реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання						
Обсяги реалізації, усього, тис. грн	усього, тис. грн	у % до загального показника	тис. грн	у % до загального показника	тис. грн	у % до загального показника
	11285578867,3	100,0	10273152534,6	100,0	1012426332,7	100,0
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	4519524661,7	40,1	4068233290,7	39,6	451291371,0	44,6

Таблиця 2

Динаміка чисельності суб'єктів господарювання у сфері внутрішньої торгівлі України (секція Г "Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів") у 2016-2020 рр.

(розраховано за: [6])

	Роки					2020 р. і % до	
	2016	2017	2018	2019	2020	2016	2019
усього	910413	837797	818217	834159	826129	90,7	99,0
у тому числі							
підприємства	82192	89538	93590	101427	98369	119,7	97,0
фізичні особи-підприємці	828221	748259	724627	732732	727760	87,9	99,3

Таблиця 3

Оптовий та роздрібний товарооборот підприємств оптової та роздрібною торгівлі України у 2017-2020 рр.

Показники	Роки				2020 р. в % до	
	2017	2018	2019	2020	2017 р.	2019 р.
Оптовий товарооборот підприємств оптової торгівлі, млрд грн	1908,7	2215,4	2322,2	2462,6	106,0	129,0
Питома вага в оптовому товарообороті підприємств оптової торгівлі, %%						
продовольчі товари	16,5	16,1	16,9	17,8	1,3	0,9
непродовольчі товари	83,5	83,9	83,1	82,2	-1,3	-0,9
Оборот роздрібною торгівлі, млрд грн	815,3	930,6	1094,0	1201,6	147,4	109,8
у тому числі роздрібний товарооборот підприємств роздрібною торгівлі	586,3	668,4	793,5	868,3	148,1	109,4
Питома вага в роздрібному товарообороті підприємств роздрібною торгівлі, %%						
продовольчі товари	39,8	43,3	42,4	44,2	4,4	1,8
непродовольчі товари	60,2	56,7	57,6	55,8	-4,4	-1,8

(розраховано за: [9])

Значною мірою скорочення масштабів суб'єктів малого торговельного підприємництва пояснюється припиненням реєстрації т. зв. ФОП-ів під впливом змін у податковому законодавстві на початку в 2017 р. згідно Указу Президента України, коли лише за перші декілька місяців було припинено реєстрацію понад 300 тисяч підприємств, а за-реєстровано – лише близько 50 тис. од. [7].

Другим негативним чинником для чисельного зростання сектора торговельного підприємництва в Україні стала глобальна економічна криза, зумовлена пандемією COVID-19. Як свідчить аналіз спеціальних джерел та статистичної інформації, на внутрішню торгівлю України негативно вплинули карантинні обмеження в період розвитку пандемії коронавірусу, внаслідок яких відбулося суттєве скорочення (станом на березень 2021 р. до березня 2020 р.) чисельності фізичних осіб-підприємців у секторах оптової торгівлі (на 4,95%, або ж - на 5668 ФОП) і в пов'язаному з внутрішньою торгівлею складському господарстві (на 10,44%, або ж - на 10928 ФОП) [8], а значна кількість роздрібних торговців з сектора торгівлі непродовольчими

товарами, які чисельно переважають у складі роздрібною торговельної мережі сектора малого торговельного підприємництва, вимушено (повністю або частково) зупиняла роботу своїх торговельних об'єктів (що зумовило падіння частки непродовольчих товарів як в оптовому, так і в роздрібному товарообороті підприємств торгівлі у 2020 р. відносно 2019 р. на 0,9% та 1,8% відповідно) (табл. 3). Навіть за приблизними підрахунками така зміна структури роздрібною товарообороту лише підприємств роздрібною торгівлі означає втрату в 2020 р. обсягів реалізації непродтоварів на суму понад 22 млрд грн. Закономірними наслідками такого розвитку подій у секторі внутрішньої торгівлі стало погіршення фінансово-економічного становища суб'єктів господарської діяльності даного сектора економіки (табл. 4). Як видно, лише у 2020 р. свою діяльність припинило 3056 підприємств досліджуваного сектора, які не змогли адаптуватися до нових реалій; на 1,4% зросла частка підприємств, які за підсумками роботи у 2020 р. зазнали збитків, при тому, що сам обсяг збитків таких підприємств у

порівнянні з попереднім 2019 р. зріс більше як у 2,37 рази.

Фактично можна констатувати, що кожне четверте підприємство торгівлі не змогло забезпечити ефективну торговельну діяльність в період “шокових” впливів на економіку, а це призвело до незначного (на 0,6%) падіння ролі внутрішньої торгівлі в загальних обсягах реалізації продукції у вітчизняній економіці.

Попри зміни масштабів торговельної діяльності та товарної структури роздрібного й оптового товарообороту, у період пандемії та в умовах постковідної економіки у внутрішній торгівлі України відбулися суттєві зміни в процесах розвитку торговельного середовища, змінювалися стратегії та технології ведення торговельного бізнесу, застосовувалися нові підходи та механізми надання цінності на основі усвідомлення значущості стійких відносин із клієнтами та управління клієнтською лояльністю, адаптовувалися до нових реалій традиційні інструменти і механізми продажу товарів і послуг, підвищення рівня сервісу, впроваджувалися нові формати магазинів та інші заходи, спрямовані на соціальну (врахування змін зовнішнього

середовища та змін внутрішнього соціального середовища при плануванні та прийнятті рішень), науково-технічну (використання досягнень НТП у галузі нових технологій, організації та методів управління, підготовки кадрів) та адміністративну (відповідність організаційних форм і методів управління потребам процесу і системі управління, що характеризується стилем управління, автономністю підрозділів, ступенем делегування відповідальності) адаптацію до нових економічних реалій і трендів [12].

При цьому визначальним чинником негативних процесів скорочення масштабів торговельної діяльності суб'єктів торговельного підприємництва експертне середовище схильне вважати зменшення обсягів роздрібної торгівлі на засадах традиційних (офлайн-) технологій продажу, зумовлених запровадженнями в періоди карантину обмеженнями торговельної діяльності для роздрібних торговців непродовольчими товарами, в поєднанні з істотними змінами у стратегіях торговельних мережевих компаній та змінами в поведінці покупців, що відбулися під впливом карантинних обмежень [13; 14; 15].

Таблиця 4

Фінансові результати діяльності підприємств торгівлі¹ України у 2016-2020 роках

Показники	Роки					2020 р. до., %	
	2016	2017	2018	2019	2020	2016	2019
Загальна кількість підприємств, од.	82192	89538	93590	101427	98369	119,7	97,0
Частка підприємств, які одержали прибуток, у загальній кількості підприємств, %	75,8	75,2	77,2	77,1	74,4	-1,4	-2,7
Фінансовий результат прибуткових підприємств, млн грн	74418,1	89285,4	116641,6	159827,3	118199,0	158,8	74,0
Частка підприємств, які одержали збиток, у загальній кількості підприємств, %	24,2	24,8	22,8	22,9	25,6	+1,4	+2,7
Фінансовий результат збиткових підприємств, млн грн	67141,1	49989,1	30351,1	30714,0	72927,0	108,6	у 2,37 р.б.
*Довідково:							
Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг), млн грн	2385691,5	3061652,9	3764364,9	3958371,1	4068233,3	170,5	102,8
Частка до загального показника, %%	37,4	38,9	40,1	40,2	39,6	2,2	-0,6

(розраховано за: [10; 11])

¹ Враховано підприємства групи G - Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів

Зазначимо, що карантинні обмеження в сегменті роздрібною торгівлі непродовольчими товарами не просто зумовили скорочення обсягів реалізації таких товарів, але й стимулювали перехід значної кількості роздрібних торговців на технології повноцінної електронної торгівлі або ж на торгівлю за умовними “попередніми” замовленнями; при цьому низка мережевих торговельних компаній реально переформатували свої магазини в центри виконання доставки “останньої милі” для онлайн-замовлень. Така технологія передбачає, що потрібний асортимент товарів замовляється покупцем через магазинний пункт приймання замовлень і покупка практично одразу ж формується та видається в спеціально облаштованій зоні магазину покупцеві (у вітчизняній практиці послуга отримала традиційну назву “самовивіз” і активно використовується торговельними мережевими компаніями, напр. – “Сільпо”, “АТБ-маркет”, ГК “Епіцентр-К”, “Ашан” (магазини “Мій Ашан” Pick Up Point)). У зарубіжній торгівлі більш досконала версія такої технології за умови здійснення замовлення через онлайн-магазин роздрібного торговця та з отриманням товарів покупцем за принципом “драйв-ін” (“одразу в автотранспортний засіб”) відома під назвою “Click and collect” [16].

Перспективним і поглибленим відгалуженням цієї технології можна вважати концепцію торговельних об'єктів “dark store” (“темний магазин”), що передбачає збирання та обробку замовлень клієнтів, поданих через спеціальний додаток або сайт, силами персоналу торговельного закладу, який за своїми функціями подібний і до розподільчого складу, і до традиційного супермаркету, але технологія роботи якого не передбачає наявності в операційному приміщенні покупців, замовлення яких опрацьовують та комплектують працівники даркстоуру. Саме замовлення стає доступним для клієнта в спеціальному пункті видачі після його оплати або ж – як варіант – шляхом кур'єрської доставки. Формат dark store, який був успішно задіяний компанією Теско ще в 2009 р., дає можливість клієнтам швидко і без черги отримати свої продукти, а роздрібному торговцю, який обрав таку бізнес-модель, – використати переваги ефективної складської і транспортної логістики, управління товарними запасами в режимі “онлайн”, швидкого сервісу замовників (максимально оперативна доставка – напр., протягом 15-30-40 хв.) та роботи за технологіями електронної і мобільної торгівлі [17; 18].

Посиленню ролі електронної торгівлі в Україні, як зазначають автори [13; 14; 15], сприяли зміни поведінки споживачів, які, до того ж, відповідали світовим трендам: за даними дослідницької компанії ShopperTrak, у 2021 р. кількість покупців, які після першого локдауну продовжували відвідувати традиційні магазини, ще більше зросла і складала в Німеччині 97%, у Великій Британії – 78%, а 67% респондентів заявили про небажання їздити за покупками на відстань, більшу ніж 5 км [14]. Крім того, зміни моделі поведінки споживачів у період пандемії, за даними організаторів проекту “MMR Аудит”, пов'язувалися з впливом на вибір магазину

не лише чинників близькості до будинку та зручності здійснення покупок (33%), але й наявності якісної програми лояльності (13%) та ефективної комунікації та емоційних посилянь (11%) [18].

У результаті в Україні, за даними експертів, понад 63% споживачів під впливом запроваджених у 2020 р. карантинних обмежень у своїх споживачьких уподобаннях стали більше орієнтуватися на здійснення онлайн-покупок; 39% респондентів відзначили факт скорочення в 2020 р. частоти здійснення покупок у стаціонарних торговельних закладах, а 30 % опитаних зменшили розміри витрат у магазинах із традиційними торговельними технологіями; в іншому опитуванні більше половини респондентів відзначили, що вони і надалі купують у стаціонарній торговельній мережі продукти харчування, алкогольні напої, лікарські засоби, в той час, як косметики, парфумерію, побутову техніку, електротехніку, дитячі товари та іграшки більше 50% опитаних придбавали через мережу Інтернет [13; 15]. При цьому значна частина респондентів відзначила, що придбання товарів у режимі “онлайн” розглядалося ними як спосіб найбільшої економії під час придбання одягу, взуття, косметики, парфумерії, товарів домашнього вжитку та побутової хімії [14]. До того ж, у даний час покупці прагнуть скоротити свої витрати часу на покупки (що сприймаються як рутинне заняття) і вже не розглядають гіпер- чи супермаркети як відпочинково-розважальні центри, а тому середній час їх перебування в таких торговельних об'єктах зменшився з однієї години до 15 хвилин [19]. Цей же чинник зумовлює посилення тенденції до відмови від будівництва великих гіпермаркетів та переходу до зменшення розмірів торгових залів супермаркетів (для прикладу, в мережі “Варус” – з 3000 кв. м до 1700 кв. м), де за нижчих експлуатаційних витрат спостерігається вища віддача з одного квадратного метра (кількість чеків, середній чек, маржа і т.ін.) [там же].

Продовженням цього ж тренду є зростання популярності міні-маркетів і “магазинів біля дому”, торгова площа яких не перевищує 200-400 кв. м, що забезпечує високу ефективність роботи цих торговельних закладів в умовах нестачі у покупців вільного часу на закупівлі товарів, скорочення кількості великих сімей і зменшення частки масштабних покупок. За даними дослідницької компанії GT Partners Ukraine, лише протягом 2019-2020 рр. в Україні було відкрито понад 450 торговельних об'єктів цього формату (в тому числі – у складі мережевих торговельних компаній Fozzy Group, Auchan, АТБ, Novus, Varus та ін.), а загальний оборот таких магазинів у 2020 р., за даними Euromonitor International, становив близько 37,3 млрд грн [20].

У торгівлі непродовольчими товарами подібні переваги та тенденції в Україні є характерними для розвитку магазинів формату “дрогерія”, а також – супереконормного формату “dollar store”, бізнес-моделі яких базуються на високій оборотності товарної маси, ефективних схемах комерційної роботи з постачальниками, використанні власних

логістичних центрів і економії на витратах (напр. – мережа магазинів “Аврора”) [21].

Варто відзначити той факт, що зміни споживачьких уподобань у період коронавірусних обмежень зумовили подальші модифікації торговельних технологій шляхом переходу багатьох торговельних компаній до запровадження т.зв. омніканальної торгівлі, що передбачає створення системи реалізації товарів завдяки безперервній комунікації з потенційним споживачем через інтеграцію в єдиній системі офлайн- та онлайн-точок взаємодії з покупцем задля здійснення покупки. Проте, зважаючи на все ще недостатні обсяги реалізації товарів через інтернет-магазини та засоби мобільної торгівлі, більшість операторів роздрібної торгівлі фактично здійснює перехід на концепції т.зв. “гібридної” торгівлі (на основі поєднання офлайн- і онлайн-торгівлі єдиним суб’єктом господарювання. Як зазначено в дослідженні консалтингової компанії CBRE Future Hybrid Store, “...нова гібридна модель магазину, що базується на технологіях і автоматизації, дослідженні поведінки споживачів, інвентаризації, дизайні і залученні людських ресурсів, ... дозволить покупцям безперешкодно взаємодіяти і здійснювати покупки як офлайн у фізичному магазині, так і онлайн серед широкого спектра роздрібних категорій і продуктових лінійок. Ця нова модель залишається зручною для офлайн-покупок, проте одночасно використовує логістичні можливості для онлайн-торгівлі” [22]. Експерти наголошують, що в епоху COVID-19 звичайні магазини

“...можуть зіграти ключову роль в багатоканальному процесі покупки, [оскільки вони] є важливим компонентом омніканальних стратегій ... незалежно від того, чи використовуються вони в якості розподільних центрів для виконання онлайн-замовлень або як традиційний офлайн-магазин” [там же].

У той же час для основного масиву операторів мережевої роздрібної торгівлі характерними залишаються такі тенденції розвитку, як поглиблення процесів спеціалізації на товарах, призначених для конкретних сегментів ринку, розвиток мультиформатності відповідно до специфіки регіонів обслуговування, збільшення кількості власних брендів та обсягів реалізації таких товарів, зростання чисельності і ролі магазинів-дискаунтерів та їх проникнення в глибину регіональних ринків тощо.

Разом з тим, розвиток внутрішньої торгівлі України не обмежується лише сегментом мережевої торгівлі, адже значну роль на регіональних і окремих товарних ринках в Україні все ще відіграють

т. зв. “немережеві роздрібні торговці” і навіть – “неорганізована торгівля”. Так, за даними порталу EastFruit, майже половину (близько 35 млрд, або 45%) обсягів торгівлі овочами та фруктами в Україні складає реалізація на стихійних і стаціонарних ринках, базарах, а також у дрібнороздрібній торговельній мережі без касових апаратів; решту 55% продажів свіжих овочів і фруктів реалізують підприємства роздрібної торгівлі та фізичні особи-підприємці.

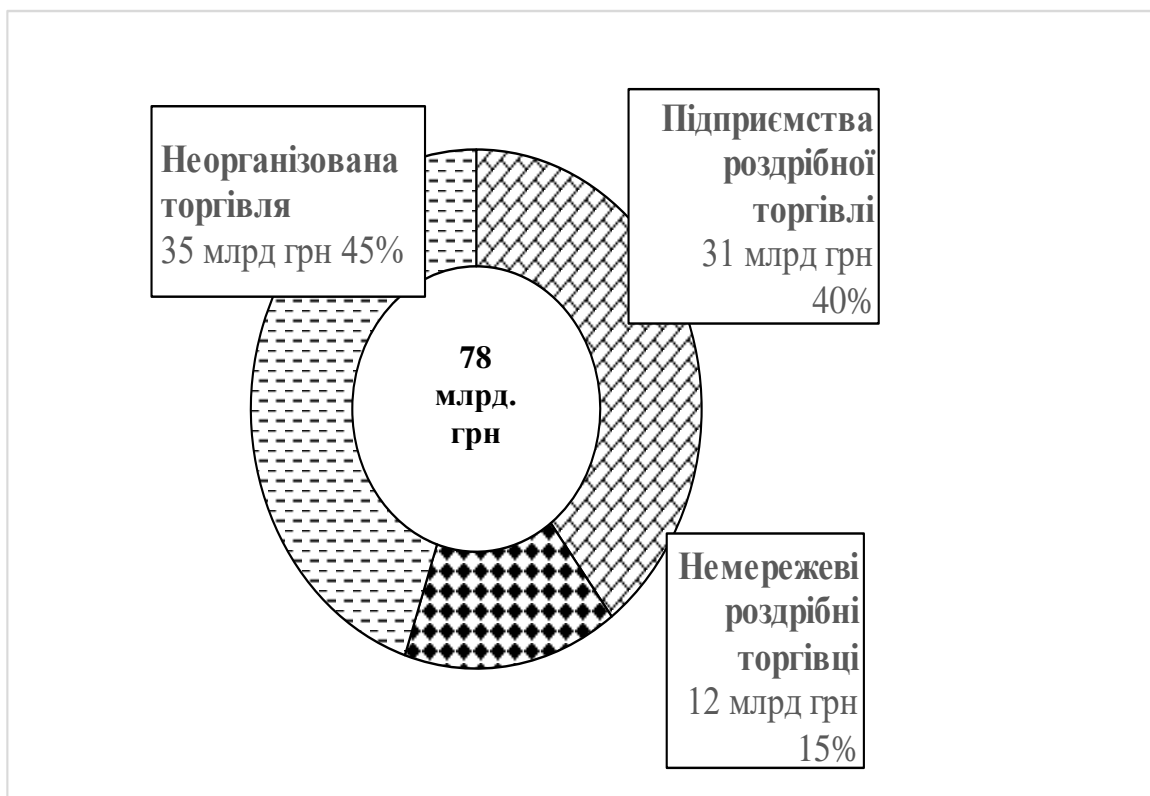


Рис. 1. Обсяги роздрібної торгівлі свіжими овочами і фруктами в Україні у 2020 р. (джерело : [23])

Таке становище на ринках агропродовольчої продукції, на наш погляд, може пояснюватися недостатньою роллю оптової торгівлі в закупівлях товарних ресурсів від дрібних фермерських і особистих селянських господарств, які вимушені самостійно вишукувати способи реалізації вирощених плодів, овочів, молока тощо. В той же час варто відзначити розгортання в Україні немережових торговельних закладів із реалізації свіжої продукції фермерських господарств та стартапів з доставки і продажу товарів даного асортименту, при тому, що в просуванні даної продукції до споживачів оператори оптової торгівлі недостатньо активні або взагалі не задіяні. Подібна ситуація складалась у 2020-2021 рр. на інших спеціалізованих товарних ринках, де також недостатню роль у доведенні товарної маси до споживачів відіграють суб'єкти організованого сектора роздрібною торгівлі та підприємства оптової торгівлі. Значною мірою це пояснюється критично низьким рівнем розвитку самої підгалузі оптової торгівлі, в якій в Україні, за даними офіційної статистики, у 2019 р. здійснювали діяльність 834 тис. суб'єктів господарювання, з них 732 тис. – фізичні особи-підприємці; середня чисельність працівників одного оптового підприємства у 2019 р. становила три особи, а 70% оптового обороту було сконцентровано у Київській, Дніпропетровській та Харківській областях [1, с. 11].

Проведений авторами статті аналіз засвідчив наявність істотних загроз для подальшої ефективної діяльності і навіть самого існування значної кількості роздрібних і оптових торговців України, які не здійснюють торгівлю товарами першої необхідності (переважно – непродовольчого асортименту) і не включені (через механізми франчайзингу або на інших умовах) до складу торговельних мережових компаній, а також – тих, торговельна діяльність яких здійснюється через торговельні об'єкти, локалізовані в сільській місцевості. Справа в тому, що в період пандемії COVID-19 значно впала комерційна активність оптових торговельних підприємств із торгівлі непродовольчими (яка директивно обмежувалася через запровадження заборони на провадження відповідних торговельних процесів), мали місце чисельні випадки утворення дефіциту окремих товарів та проблеми термінів і зривів доставки товарів, а також різке зростання вартості доставки, спровоковані, зокрема, виключенням оптовиків із складних, багатоланкових логістичних ланцюгів. Одночасно з цим відбувалися процеси формування мережевими операторами роздрібною торгівлі багатоканальних логістичних мереж, в яких роль центрів розподілу товарної маси відігравали не лише логістичні центри, але й відносно менші склади, розподільні центри і крупні мережові магазини, спільна діяльність яких спрямована на забезпечення оптимального управління запасами, доставку і повернення товарів клієнта. Як наслідок, значна кількість немережових торговців в умовах постковідної економіки опинилася поза межами ланцюгів постачань, спроможних забезпечувати оптимальне управління запасами, доставку і повернення товарів клієнта, що відобразилося в

кінцевому підсумку на задоволенні запитів споживачів щодо різних товарів і якості їх торговельного обслуговування.

На наш погляд, вирішення таких проблем має досягатися на засадах реалізації концепції логістики та з використанням інструментарію логістичного менеджменту шляхом залучення даних суб'єктів торговельної діяльності до складу інтегрованих виробничо-торговельно-транспортних логістичних формувань, орієнтованих на забезпечення довгострокових економічних інтересів кожного з їх учасників завдяки задоволенню всіма учасниками таких ланцюгів постачань запитів кінцевих споживачів у різноманітних товарах. При цьому, зважаючи на домінування в масиві внутрішньої торгівлі суб'єктів малого торговельного підприємництва, першочергову увагу в такій роботі потрібно приділяти пошукові підходів, шляхів, інструментів інтеграції в ланцюги постачань потенційних учасників таких формувань на основі орієнтації на задоволення потреб споживачів у товарах різного асортименту (включаючи товари, що не відносяться до асортименту щоденного попиту) шляхом створення регіональних логістичних платформ (логістичних кластерів), які б сприяли ефективній діяльності як мережових торговельних компаній, так і підприємств торгівлі немережового типу. Разом з тим, зважаючи на актуальність вирішення проблеми забезпечення населення продовольчою продукцією в умовах загострення економічної кризи та загроз чергової хвилі пандемії, основні зусилля в цій роботі потрібно зосередити на залученні всіх учасників внутрішньої торгівлі України до практичної реалізації положень, запропонованих у рекомендаціях Продовольчої та сільськогосподарської організації Об'єднаних Націй (ФАО) "Ефективна логістика – інструмент мінімізації наслідків розповсюдження COVID-19 для систем виробництва і реалізації продовольчих товарів" [24]. Разом з тим, діяльність кожного окремого суб'єкта внутрішньої торгівлі України має бути орієнтована на максимальну адаптацію відповідного торговця до реалій постковідної економіки та провадження в її умовах ефективної торговельної і логістичної діяльності завдяки реалізації заходів соціальної, науково-технічної та адміністративної адаптації.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Проведене дослідження сучасного стану та окремих тенденцій розвитку внутрішньої торгівлі України в період кризових економічних явищ другої половини 20-х років та в умовах пандемії COVID-19 засвідчило, що нові, "шокові" умови вітчизняної економіки негативно позначилися на розвитку суб'єктів торговельної діяльності, що зумовило скорочення чисельності торговців лише у 2020 р. більше як на 3 тис. од., а також збиткову роботу практично кожного четвертого підприємства торгівлі. Нові умови економічного середовища в умовах загострення ринкової конкуренції у поєднанні з карантинними обмеженнями бізнесу стали чинником суттєвих трансформацій у структурі реалізації товарів, спеціалізації суб'єктів торговельного підприємництва і

використовуваних ними мереж торговельних об'єктів, перегляді бізнес-моделей провадження торговельного бізнесу, імплементації інноваційних технологій торговельної діяльності тощо, які найбільш виразно проявились у формі новітніх трендів розвитку внутрішньої торгівлі України. Виявлені авторами і відображені в цій статті процеси та тенденції потребують поглибленого вивчення в ході подальших наукових досліджень, аналізу їх адекватності новим умовам провадження торговельного підприємництва та розробці адекватного теоретико-методичного забезпечення їх впровадження у формі науково-теоретичних і практико-орієнтованих рекомендацій і методик та масштабуванню в реальному торговельному середовищі задля адаптації та підвищення ефективності розвитку внутрішньої торгівлі в Україні.

ЛІТЕРАТУРА

1. Куцик П. О. Внутрішня торгівля України у системі міжгалузевих зв'язків: сучасні тенденції і ключові диспропорції. Підприємництво і торгівля : зб. наук. пр. / редакц. кол.: Куцик П. О., Апопій В. В., Семак Б. Б. та ін. Львів : Вид-во ЛТЕУ, 2021. № 31. С. 5-12.
2. Внутрішня торгівля України : монографія / А. А. Мазаракі, В. Д. Лагутін, А. Г. Герасименко [та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. А. А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 864 с.
3. Наровчатов С. Н. Организация торговли и торговых предприятий [Текст] : учеб. пособие. Репринт. изд. К. : Киев. нац. торг.-экон. ун-т, 2013. 554 с. – Репринтное воспроизведение издания 1927 года.
4. Modeling the possibilities of economic adaptation of trade enterprises and hospitality industry in the context of epidemiological zoning / N. Mitsenko, Yu. Turyanskyu, I. Melnyk, I. Mishchuk, R. Godunko. Problems and Perspectives in Management. 2020. Vol. 18. Issue № 4. P. 191-202.
5. Кількість суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/sze_20.htm.
6. Обсяг реалізованої продукції (робіт, послуг) суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/sze_20.htm.
7. В Украине существенно снизилось число официальных предпринимателей. URL: hyser.com.ua.
8. Карантин в Украине: какие сферы малого бизнеса пострадали больше всего. URL: <https://www.unian.net/economics/finance/karantin-v-ukraine-kakie-sfery-malogo-biznesa-postradali-bolshe-vsego-novosti-ukraina-11352550.html>.
9. Статистичний щорічник України за 2020 рік. URL: http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2021/zb/11/Yearbook_2020.pdf.
10. Діяльність суб'єктів господарювання у 2019 році. URL: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/2020/zb/11/DSG_2019.pdf.
11. Діяльність суб'єктів господарювання у 2020 році. URL: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/publicat/kat_u/2021/zb/11/zb_DSG_20.pdf.
12. Хайман Д. Н. Современная микроэкономика: анализ и применение. М. : Финансы и статистика, 1992. 362 с.
13. Yehorova O. V., Artemenko H. P. Problems of small business in Ukraine during the crown virus pandemic. Modernization of the economy: current realities, forecast scenarios and development prospects : Proceedings of the II International. scientific-practical conf. April 28, 2020, Kherson, 241-243.
14. Шопинг в Сети: из-за пандемии онлайн-магазины получили рекордную выручку. URL: <https://bykvu.com/ru/bukvy/shopinh-u-merezhi-cherez-pandemiiu-onlain-mahazynu-otrymaly-rekordnyi-torh/>.
15. Как карантин повлиял на покупательские привычки украинцев. URL: <https://www.ukrinform.ru/rubric-economy/3209123-kak-karantin-povliial-na-pokupatelskie-privycki-ukraincev.html>.
16. Как работает услуга click and collect у крупнейших украинских ритейлеров. URL: <https://retailers.ua/news/management/11011-kak-rabotaet-usluga-click-and-collect-u-krupneyshih-ukrainskih-riteylerov/>.
17. Нові даркстори, магазини без касирів та зростання e-grocery. Що сталося у ритейлі у 2021 році – RetailersUA. URL: <https://retailers.ua/uk/news/management/13082-novyie-darkstoryi-magazyni-bez-kassirov-i-rost-e-grocery-cho-proizoshlo-v-riteyle-v-2021-godu>.
18. Від сервісів доставки до креативної експансії: як пандемія змінила стратегії у food-ритейлі. URL: <https://business.ua/uk/node/12380>.
19. Не час для гігантів: чому Ашан, Fozzy, Varus шукають нове життя в мінімаркетах. URL: <https://rau.ua/novyni/chomu-ritejl-minimarket/>.
20. Все великое начинается с малого: топ-15 самых динамичных минимаркетов и “магазинов у дома” Украины. URL: <https://rau.ua/ru/ekonomika/vse-velikoe/>.
21. Історія Аврора: як ритейлер побудував найбільшу українську мережу магазинів формату “dollar store”. URL: <https://rau.ua/novyni/istorija-avrora-one-dollar-store/>.
22. Гібридний магазин майбутнього: інтеграція роздрібної торгівлі та логістики в епоху омніканальної нерухомості. URL: <https://cbre-expandia.com/gibridnij-magazin-majbutnogo-integracziya-rozdribnoi-torgivli-ta-logistiki-v-epohu-omnikanalnoj-neruhomosti/>.
23. “Бабушки на базарах” продают овощей и фруктов на 35 млрд грн в год, – эксперты. URL: <https://focus.ua/ukraine/502664-babushki-na-bazarah-prodayut-ovoshchey-i-fruktov-na-35-mlrd-grn-v-god-eksperty>.
24. Эффективная логистика - инструмент минимизации последствий распространения Covid-19 для систем производства и реализации продовольственных товаров. URL: <https://www.fao.org/publications/card/ru/c/CA8466RU/>.

REFERENCES

1. Kutsyk, P. O. (2021), Vnutrishnia torhivlia Ukrainy u systemi mizhhaluzevykh zv'iazkiv: suchasni tendentsii i kliuchovi dysproportsii. Pidpriemnytstvo i torhivlia : zb. nauk. pr. / redakts. kol.: Kutsyk P. O., Apopij V. V., Semak B. B. ta in., Vyd-vo LTEU, L'viv, № 31, s. 5-12.
2. Vnutrishnia torhivlia Ukrainy : monohrafiia / A. A. Mazaraki, V. D. Lahutin, A. H. Herasymenko [ta in.] ; za zah. red. d-ra ekon. nauk, prof. A. A. Mazaraki (2016), Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, Kyiv, 864 s.
3. Narovchatov, S. N. (2013), Orhanyzatsiia torhovly y torhovnykh predpriiatyj [Tekst] : ucheb. posoby. Reprint. yzd. Kyev. nats. torh.-ekon. un-t, K., 554 s. – Reprintnoe vosproyzedenye yzdanyia 1927 hoda.
4. Modeling the possibilities of economic adaptation of trade enterprises and hospitality industry in the context of epidemiological zoning / N. Mitsenko, Yu. Turyanskyi, I. Melnyk, I. Mishchuk, R. Godunko (2020), Problems and Perspectives in Management, Vol. 18. Issue № 4., r. 191-202.
5. Kil'kist' sub'iektiv hospodariuvannia za vydamy ekonomichnoi diial'nosti, available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/sze_20.htm.
6. Obsiah realizovanoi produktsii (robit, posluh) sub'iektiv hospodariuvannia za vydamy ekonomichnoi diial'nosti, available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/sze_20.htm.
7. V Ukrainy suschestvenno snyzyl's' chyslo ofytsyal'nykh predprynimatelej, available at: hyser.com.ua.
8. Karantyn v Ukrainy: kakye sfery maloho byznesa postradaly bol'she vseho, available at: <https://www.unian.net/economics/finance/karantin-v-ukraine-kakie-sfery-malogo-biznesa-postradali-bolshe-vsego-novosti-ukraina-11352550.html>.
9. Statystychnyj schorichnyk Ukrainy za 2020 rik, available at: http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2021/zb/11/Yearbook_2020.pdf.
10. Diial'nist' sub'iektiv hospodariuvannia u 2019 rotsi, available at: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/2020/zb/11/DSG_2019.pdf.
11. Diial'nist' sub'iektiv hospodariuvannia u 2020 rotsi, available at: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/2021/zb/11/zb_DSG_20.pdf.
12. Khajman, D. N. (1992), Sovremennaia mykroekonomika: analiz y prymerenye, Fynansy y statystyka, M., 362 s.
13. Yehorova, O. V. and Artemenko, H. P. (2020), Problems of small business in Ukraine during the crown virus pandemic, Modernization of the economy: current realities, forecast scenarios and development prospects : Proceedings of the II International scientific-practical conf., April 28, 2020, Kherson, 241-243.
14. Shopynh v Sety: yz-za pandemii onlajn-mahazyny poluchyly rekordnuu vyruchku, available at: <https://bykvu.com/ru/bukvy/shopinh-u-merezhi-cherez-pandemiiu-onlain-mahazyny-otrymaly-rekordnyi-vytorh/>.
15. Kak karantyn povlyial na pokupatel'skye pryvycky ukraintsev, available at: <https://www.ukrinform.ru/rubric-economy/3209123-kak-karantin-povlyial-na-pokupatel'skie-privycky-ukraintsev.html>.
16. Kak rabotaet usluha click and collect u krupnejshykh ukraynskykh rytejlerov, available at: <https://retailers.ua/news/management/11011-kak-rabotaet-usluha-click-and-collect-u-krupnejshih-ukraynskih-ritejlerov/>.
17. Novi darkstory, mahazyny bez kasyriv ta zrostannia e-grocery. Scho stalosia u rytejli u 2021 rotsi – RetailersUA, available at: <https://retailers.ua/uk/news/management/13082-novyie-darkstoryi-magazyni-bez-kassirov-i-rost-e-grocery-cto-proizoshlo-v-riteyle-v-2021-godu>.
18. Vid servisiv dostavky do kreatyvnoi ekspansii: iak pandemii zminyla stratehii u food-rytejli, available at: <https://business.ua/uk/node/12380>.
19. Ne chas dlia hihantiv: chomu Ashan, Fozzy, Varus shukaiut' nove zhyttia v minimarketakh, available at: <https://rau.ua/novyni/chomu-ritejl-minimarket/>.
20. Vse velykoe nachynaetsia s maloho: top-15 samykh dynamychnykh mynymarketov y "mahazynov u doma" Ukrainy, available at: <https://rau.ua/ru/ekonomika/vse-velikoe/>.
21. Istoriia Avrora: iak ritejler pobuduvav najbil'shu ukrains'ku merezhu mahazyniv formatu "dollar store", available at: <https://rau.ua/novyni/istorija-avrora-one-dollar-store/>.
22. Hibrydnyj mahazyn majbutn'oho: intehratsiia rozdrubnoi torhivli ta lohystyky v epokhu omnikanal'noi nerukhomosti, available at: <https://cbre-expandia.com/gibridnij-magazin-majbutnogo-integracziya-rozdrubnoi-torgivli-ta-logistiki-v-epokhu-omnikanalnoj-neruhomosti/>.
23. "Babushky na bazarakh" prodaiut ovoschey y fruktov na 35 mlrd hrn v hod, — eksperty, available at: <https://focus.ua/ukraine/502664-babushki-na-bazarah-prodayut-ovoshchey-i-fruktov-na-35-mlrd-grn-v-god-eksperty>.
24. Effektyvnaia lohystyka - ynstrument mynymyzatsyy posledstvyj rasprostraneniia Covid-19 dlia system proyzvodstva y realizatsyy prodovol'stvennykh tovarov, available at: <https://www.fao.org/publications/card/ru/c/CA8466RU/>.

Стаття надійшла до редакції 15 грудня 2021 року

УДК 657.1

*Воронко Р. М.,
rvoronko@ukr.net, ORCID ID: 0000-0003-3796-2556, Researcher ID: F-8536-2019,
д.е.н., проф., завідувач кафедри обліку, контролю, аналізу та оподаткування, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів*

*Бачинський В. І.,
bachinvi@meta.ua, ORCID ID: 0000-0001-5071-9038,
Researcher ID: G-9099-2019,
к.е.н., проф., професор кафедри обліку, контролю, аналізу та оподаткування, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів,*

*Бойко Р. В.,
rboy@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-4044-0217, Researcher ID: F-2597-2019,
к.е.н., доц., доцент кафедри обліку, контролю, аналізу та оподаткування, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів*

*Воронко О. С.,
oksanavoronko@i.ua, ORCID ID: 0000-0002-8235-611X,
Researcher ID: F-8553-2019,
к.е.н., доц., доцент кафедри економіки, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів*

СУТНІСТЬ АУТСОРСИНГУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ, СФЕРА ТА МОЖЛИВОСТІ ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ

Анотація. Розглянуто сутність аутсорсингу як засобу оптимізації важливих для підприємства управлінських функцій або виробничих процесів. Встановлено причини популяризації аутсорсингових послуг у сфері бухгалтерського обліку в даний час. Аутсорсинг визначено як використання зовнішнього джерела чи ресурсу для виконання певного виду робіт. Розглянуто трактування категорії “аутсорсинг” у працях вітчизняних і зарубіжних науковців із систематизацією різних підходів до його визначення за такими напрямками: управлінський, функціональний, процесний, функціонально-процесний та інструментальний. Зроблено акцент на функціональному підході до трактування аутсорсингу бухгалтерського обліку і сформульовано його визначення як передання підприємством повністю або частково функції ведення бухгалтерського обліку на договірних засадах сторонньому суб’єкту, який спеціалізується у даній галузі з умовою надання цієї послуги протягом певного періоду часу, належної якості і за ціною згідно з домовленістю сторін. Досліджено місце аутсорсингових послуг у сфері бухгалтерського обліку в рейтингу загального обсягу аутсорсингових замовлень в Україні. Визначено складові предметної сфери аутсорсингу бухгалтерського обліку як важливої умови розроблення методики його реалізації. Розкрито переваги та недоліки аутсорсингу бухгалтерського обліку з виокремленням основних позитивних сторін від його впровадження – економія витрат за рахунок зростання економічної ефективності використання трудових ресурсів і забезпечення високої якості ведення обліку шляхом залучення висококваліфікованих фахівців. Акцентовано на потребі постійної комунікації аутсорсера з персоналом підприємства-замовника та періодичного надання йому результатів роботи. Визначено напрями подальших наукових досліджень, спрямованих на розроблення методики оцінювання ризиків використання аутсорсингу у сфері бухгалтерського обліку і встановлення порядку регламентації процесу взаємодії учасників цього процесу.

Ключові слова: аутсорсинг, бухгалтерський облік, підприємство-замовник, аутсорсер, види аутсорсингу, об’єкти аутсорсингу.

*Voronko R. M.,
rvoronko@ukr.net, ORCID ID: 0000-0003-3796-2556, Researcher ID: F-8536-2019,
Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Accounting, Control, Analysis and Taxation,
Lviv University of Trade and Economics, Lviv*

Bachynsky V. I.,

bachynvi@meta.ua, ORCID ID: 0000-0001-5071-9038,

Researcher ID: G-9099-2019,

Ph.D., Professor, Professor of the Department of Accounting, Control, Analysis and Taxation, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Boyko R. V.,

rboy@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-4044-0217, Researcher ID: F-2597-2019,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Accounting, Control, Analysis and Taxation, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Voronko O. S.,

oksanavoronko@i.ua, ORCID ID: 0000-0002-8235-611X,

Researcher ID: F-8553-2019,

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

THE ESSENCE OF ACCOUNTING OUTSOURCING, SCOPE AND POSSIBILITIES OF ITS USE

Abstract. *The essence of outsourcing as a means of optimizing important for the enterprise management functions or production processes is considered. The reasons for the promotion of outsourcing services in the field of accounting at present time are identified. Outsourcing is defined as the use of an external source or resource to perform a particular type of work. The interpretation of the category "outsourcing" in the works of domestic and foreign scientists with the systematization of different approaches to its definition in the following areas: managerial, functional, process, functional-process and instrumental is revealed. Emphasis is placed on the functional approach to the interpretation of accounting outsourcing and formulated its definition as the transfer by the company in whole or in part the function of accounting on a contractual basis to a third party specializing in this field with the condition of providing this service for a certain period of time and at a price agreed by the parties. The place of outsourcing services in the field of accounting in the ranking of the total volume of outsourcing orders in Ukraine is studied. The components of the subject area of accounting outsourcing as an important condition for developing a methodology for its implementation are identified. The advantages and disadvantages of accounting outsourcing with the separation of the main advantages of its implementation - cost savings by increasing the economic efficiency of human resources and ensuring high quality accounting by attracting highly qualified professionals. Emphasis is placed on the need for constant communication of the outsourcer with the staff of the customer company and periodically providing it with the results of work. The directions of further scientific researches directed on development of a technique of an estimation of risks of use of accounting outsourcing and establishment of the order of process regulation of participants interaction of this process are defined.*

Keywords: outsourcing, accounting, customer company, outsourcer, types of outsourcing, outsourcing objects.

JEL Classification: M41, L20, L86

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2021-65-03>

Постановка проблеми. Швидкі темпи розвитку світової економіки вимагають використання новітніх методів управління, які б сприяли підвищенню ефективності та результативності здійснення господарської діяльності. Одним із способів отримання привабливих результатів у бізнесі є делегування окремих повноважень з управління підприємством спеціалізованим компаніям. Тому до складу послуг, які донедавна були новими для українських суб'єктів господарювання, а сьогодні набувають все більшого попиту у нашій країні, належить аутсорсинг, котрий дає змогу оперативню та на належному якісному рівні оптимізувати надзвичайно важливі для підприємств управлінські функції або виробничі процеси. Це є досить

привабливим в умовах жорстокої конкуренції, коли виникає потреба забезпечити сталий розвиток підприємства при оптимальних витратах різних видів ресурсів.

Однією з функцій менеджменту є облікова, яка забезпечує інформаційну основу прийняття управлінських рішень. Надання чинним законодавством України [4] можливості власнику або керівнику самостійно обирати форму організації обліку, зокрема ведення його на договірних засадах сторонніми суб'єктами, сприяло значній популяризації аутсорсингових послуг у сфері бухгалтерського обліку. Іншим чинником, який вплинув на поширення аутсорсингу бухгалтерського обліку, став, з одного боку, швидкий розвиток новітніх інформаційно-комп'ютерних технологій і сучасного

програмного забезпечення для здійснення облікової функції, а з іншого, – зростання вартості цих продуктів та нехватка фінансових ресурсів чи небажання керівництва витратити їх у достатній кількості на ці потреби. За цих умов власники і керівництво змушені вирішувати проблему оптимального використання ресурсів і якісного інформаційного забезпечення управління підприємством. Оцінюючи позитивні і негативні сторони різних варіантів організації бухгалтерського обліку, керівництво багатьох, в основному малих і середніх підприємств, розглядає можливість передачі його ведення спеціалізованим компаніям.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження, присвячені організації бухгалтерського обліку на умовах аутсорсингу, перебували у сфері наукових інтересів багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців. Одні з них розглядали теоретичні складові організації аутсорсингу бухгалтерського обліку, а інші приділяли більше уваги питанням правового регулювання й практичним аспектам здійснення цього процесу. До відомих дослідників аутсорсингу, в тому числі у сфері бухгалтерського обліку, відносять таких вчених як: Б. А. Анікін, Р. Й. Бачо, І. М. Бурденко, О. М. Зорій, А. Г. Івлев, Г. С. Кесарчук, Т. В. Коваленко, І. Д. Котлярів, С. М. Лайчук, Г. І. Ляхович, В. К. Макарович, Д. М. Михайлов, О. В. Назаренко, С. А. Наумова, В. В. Панков, А. М. Поплюйко, Т. Г. Савченко, Л. С. Скакун, А. В. Суровицька, О. В. Писарчук, М. О. Тонюк, А. В. Чмут та інші. Ними розкрито широке коло питань, які стосуються змісту аутсорсингу, його класифікації, використання у різних сферах діяльності, переваг та недоліків.

Разом з тим, невирішеними є ряд проблем, які зумовлені новими реаліями і можливостями використання аутсорсингу у сфері бухгалтерського обліку та оцінюванням ефективності й доцільності такого виду послуг для системи менеджменту підприємства.

Постановка завдання. Дослідження спрямоване на встановлення змістовної сутності аутсорсингу та доцільності його використання для ведення бухгалтерського обліку суб'єктами господарювання, розгляд сучасних підходів до його організації, виявлення основних переваг та недоліків надання послуг аутсорсинговими компаніями й розробку пропозицій із вирішення проблем раціональної організації облікової служби на підприємстві.

Виклад основного матеріалу дослідження. Діяльність суб'єктів господарювання пов'язана з щоденним вирішенням різних питань управління бізнес-процесами, які у них відбуваються. Для цього потрібне якісне інформаційне забезпечення, що у більшості надається бухгалтерським обліком, який є невід'ємною функцією менеджменту та ведеться на підприємстві безперервно з дня його реєстрації і до завершення діяльності.

Законом України “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні” [4] надано право керівництву самостійно вибирати форму ведення бухгалтерського обліку. Однією з таких форм, які передбачені ст. 8 цього закону, є “...ведення на договірних засадах бухгалтерського обліку централізованою бухгалтерією або підприємством, суб'єктом підприємницької діяльності, самозайнятою

особою, що провадять діяльність у сфері бухгалтерського обліку та/або аудиторської діяльності”. Тобто у цьому випадку передбачається передання виконання функцій бухгалтерського обліку сторонньому суб'єкту, або іншими словами – аутсорсинг бухгалтерського обліку. Організація бухгалтерського обліку також ускладнилась у зв'язку з вимогою, встановленою зазначеним законом, обов'язковості ведення бухгалтерського обліку за міжнародними стандартами фінансової звітності для окремих категорій підприємств. Тому аутсорсинг бухгалтерського обліку з кожним роком стає все більше затребуваним. Разом з тим, під час розгляду питання переходу на аутсорсинг бухгалтерського обліку потрібно врахувати, що підприємство, яке становить суспільний інтерес, зобов'язане створити у себе бухгалтерську службу, очолювану головним бухгалтером, до складу якої мають входити не менше від двох осіб.

На основі дослідження семантики терміна “аутсорсинг” можна зазначити, що він походить від англійського слова “outsourcing”, утвореного у результаті злиття трьох слів: out – “зовнішній”, source – “джерело” і using – “використання, застосування”. Тобто у спрощеному вигляді аутсорсинг можна трактувати як використання зовнішнього джерела або ресурсу для виконання певного виду робіт. В економічній термінології це слово застосовувалося для позначення використання зовнішніх джерел для провадження бізнесу взамін своїх внутрішніх ресурсів. У нинішніх реаліях аутсорсинг означає спосіб діяльності, коли компанія використовує іншу компанію для виконання своєї роботи та не залучає для цього власних працівників [19].

Якщо на початках аутсорсинг використовувався як ефективний спосіб зниження витрат та збільшення прибутковості, то пізніше його почали розглядати як ефективний засіб не лише підвищення прибутковості підприємств, а й раціональної оптимізації їхньої структури і діяльності за рахунок концентрації уваги на основному предметі бізнесу та передачі другорядних функцій зовнішнім виконавцям.

Аутсорсинг дає змогу компаніям використовувати глобальну базу знань, знижувати ризики, вивільняти внутрішні ресурси для інших цілей підприємства, підвищити доступність фінансових ресурсів [16].

Вивчення трактувань категорії “аутсорсинг” у наукових працях багатьох вчених дало змогу побачити різні підходи до таких визначень та їхнє групування. Зокрема, такі науковці як О. М. Зорій і Т. В. Коваленко, підходи до трактування аутсорсингу узагальнюють за чотирима напрямками: функціонально-орієнтований, коопераційний, управлінський, інструментальний [5]. Інші автори виділяють три підходи до визначення аутсорсингу – функціональний, управлінський та інструментальний [3].

На основі проведеного дослідження трактування аутсорсингу нами систематизовані за п'ятьма напрямками: управлінський, функціональний, процесний, функціонально-процесний та інструментальний (табл. 1).

Підходи до трактування категорії “аутсорсинг” в економічній літературі

№ з/п	Автор, джерело	Визначення аутсорсингу	Підхід
1	А. Г. Івлєв [6]	Аутсорсинг – це організаційне рішення, яке полягає в розподілі функцій бізнес-системи відповідно до принципу: “залишаю собі тільки те, що можу робити краще за інших, передаю зовнішньому виконавцю те, що він робить краще за інших”	Управлінський
2	Т. Г. Савченко, А. П. Ярошина [14]	Аутсорсинг є видом інтелектуальної діяльності, що продається за винагороду, має договірну основу і регулюється на основі нормативної бази	
3	Ж.-Л. Бравар, Р. Морган [18]	Аутсорсинг – це обумовлене договором використання матеріальних засобів, майна та знань третьої особи з гарантованим рівнем якості, гнучкості та цінності вартісних критеріїв і оцінок для надання послуг, які раніше надавалися за рахунок внутрішніх сил компанії, із можливим переходом наявного персоналу до постачальника послуг та/або трансформацією/ оновленням процесів або технологій, що підтримують бізнес	
4	Р. Й. Бачо, В. К. Макарович [2]	Аутсорсинг у сфері бухгалтерського обліку – це передача функцій бухгалтерського обліку або процесів ведення бухгалтерського обліку або окремих ділянок обліку (облік заробітної плати, облік основних засобів, облік банківських операцій тощо), іноді разом з відповідними активами зовнішньому (сторонньому) постачальнику або провайдеру, який надає конкретну послугу з обліку протягом встановленого часу за узгодженими сторонами розцінками, гарантуючи певну якість ведення обліку і розподіляючи ризики щодо ведення обліку на себе і замовника	Функціональний
5	О. В. Назаренко, А. В. Суровицька [10]	Бухгалтерський аутсорсинг є способом забезпечення діяльності підприємства з передачею функції бухгалтерського обліку спеціалізованій компанії на договірній основі	
6	В. В. Панков, С. А. Наумова [11]	Аутсорсинг бухгалтерського обліку – передача функцій бухгалтерського обліку або процесів ведення бухгалтерського обліку або окремих ділянок обліку, іноді разом з відповідними активами зовнішньому постачальнику або провайдеру, який надає конкретну послугу з обліку протягом встановленого часу за погодженими сторонами розцінками, гарантуючи певну якість ведення обліку і розподіляючи ризики з ведення обліку на себе й замовника	
7	А. Б. Райзберг, Л. Ш. Лозовський, Е. Б. Стародубцева [13]	Аутсорсинг – це передавання традиційних не ключових функцій організації (таких, наприклад, як бухгалтерський облік або рекламна діяльність для машинобудівної компанії) зовнішнім виконавцям-аутсорсерам, субпідрядникам, висококваліфікованим фахівцям сторонньої фірми	
8	Л. С. Скакун [15]	Бухгалтерський аутсорсинг – форма організації бухгалтерського обліку, яка полягає у передачі окремих бухгалтерських функцій або всього процесу ведення бухгалтерського обліку зовнішнім суб'єктам з метою підвищення якості та ефективності їх виконання	

1	2	3	4
9	О. М. Зорій, Т. В. Коваленко [5]	Аутсорсинг – цілеспрямоване виокремлення певних бізнес-процесів та їх реалізація іншими організаціями, які мають відповідний досвід, знання, засоби та виконують свої обов'язки в конкретній сфері краще, ніж організація-замовник, і на договірній основі	Процесний
10	Дж. Хейвуд [20]	Аутсорсинг – це передавання внутрішнього підрозділу або підрозділів підприємств і всіх пов'язаних із ним активів в організацію постачальника послуг, що пропонує надати певну послугу протягом певного часу за домовленою ціною	
11	Б. А. Анікін [1]	Аутсорсинг – це виконання окремих функцій (виробничих, сервісних, інформаційних, фінансових, управлінських та ін.) або бізнес-процесів (організаційних, фінансово-економічних, виробничо-технологічних, маркетингових) зовнішньою організацією, що володіє необхідними для цього ресурсами, на основі довгострокових відносин	Функціонально-процесний
12	Д. М. Михайлов [9]	Аутсорсинг – це передача сторонньому підряднику деяких бізнес-функцій або частин бізнес-процесу компанії. Підрядник адаптує свої універсальні засоби та знання до потреб бізнесу конкретного замовника та використовує їх в інтересах замовника за плату, яка визначена вартістю послуг, а не часткою в прибутку	
13	А. В. Чмут, О. Д. Осадчий [17]	Аутсорсинг – процес перенесення/передачі внутрішніх функцій або бізнес-процесів сторонньому виконавцеві	
14	О. І. Микало [21]	Аутсорсинг – це інструмент посилення конкурентоспроможності підприємства за рахунок концентрації на ключових, виходячи з ринкових умов, для підприємства функціях та/або бізнес-процесах	Інструментальний

Управлінське спрямування трактування аутсорсингу розглядає його як практичну модель управління організацією, на відміну від функціонального бачення аутсорсингу як процесу передачі окремих функцій або операцій підприємства професійному сторонньому виконавцю в обумовлених обсягах. Також аутсорсинг вважають засобом зменшення витрат підприємства, покращення конкурентних позицій через оптимізацію його бізнес-процесів. Тому нами виокремлено процесний підхід до визначення аутсорсингу, оскільки він передбачає передання на аутсорсинг окремих бізнес-процесів та комбінований функціонально-процесний напрям – за умови передання на аутсорсинг певних функцій чи бізнес-процесів. Виходячи з наведених тлумачень і дотримуючись функціонального підходу, який домінує у визначеннях саме бухгалтерського аутсорсингу, нами запропоновано трактувати аутсорсинг бухгалтерського обліку як передання підприємством повністю або частково функції ведення бухгалтерського обліку на договірних засадах сторонньому суб'єкту, який спеціалізується у даній галузі з умовою надання цієї послуги

протягом певного періоду часу, належної якості і за ціною згідно з домовленістю сторін.

Аутсорсингові послуги у сфері бухгалтерського обліку посідають четверту позицію (13,6%) у рейтингу загального обсягу аутсорсингових замовлень в Україні після ІТ-послуг (35,75%), логістики (20,1%) та маркетингу (20,6%) [7]. В Україні найбільшими транснаціональними компаніями, які надають послуги з аутсорсингу, є EBS, Finance Solutions Group, BDO, Deloitte&Touch Tohmatsu int., Price Waterhouse Coopers, Ernst&Young, котрі мають розгалужену мережу регіональних представництв, що об'єднані єдиною корпоративною стратегією та культурою [14].

Аутсорсинг у сфері бухгалтерського обліку набув широкої популярності у зв'язку з бажанням власників і керівництва багатьох підприємств передати цю функцію зовнішнім виконавцям. Зумовлено це тим, що держава регулярно змінює правила бухгалтерського і податкового обліку та формування звітності, і це вимагає від облікових працівників постійно їх відслідковувати, щоб не наражати підприємство на штрафні санкції зі сторони

контролюючих органів. Також значною є питома вага середніх та малих підприємств (більше 70 %) у структурі реального сектору економіки, не всі з яких можуть найняти для ведення обліку висококваліфікованих фахівців. Тому з метою зниження ризиків багато підприємств та приватних підприємців шукають надійних надавачів послуг у сфері бухгалтерського обліку, які дозволять не лише заощадити витрати на заробітній платі штатних облікових працівників, а й забезпечити високу якість ведення обліку.

Для забезпечення належного предметно-концептуального рівня аутсорсингу бухгалтерського обліку особливе значення має встановлення об'єктів, які є важливим компонентом методики його реалізації. Основна увага аутсорсингу зосереджена саме на наявності й стані об'єктів бухгалтерського обліку. А облікові процедури, які здійснюють аутсорсингові компанії стосовно об'єктів обліку згідно угоди, укладеної з підприємством-замовником, дозволяють забезпечити відповідність фактичного їхнього стану визначеним параметрам, нормам і правилам. Складові предметної сфери аутсорсингу бухгалтерського обліку відображені на рис. 1.

Аутсорсинг у сфері бухгалтерського обліку включає у себе різні види робіт: розробка і впровадження положення про облікову політику підприємства; контроль отриманої первинної документації та відображення її в системі бухгалтерського обліку з використанням відповідного програмного забезпечення; складання внутрішніх первинних документів (на оприбуткування, рух та

ліквідацію основних засобів; переміщення і списання сировини, матеріалів, МШП; відрядження; нарахування заробітної плати тощо); формування фінансової звітності за національними П(С)БО, а для окремих суб'єктів господарювання – відповідно до МСФЗ з дотриманням методик трансформації та звірки показників звітів, сформованих із застосуванням різних стандартів; підготовка та подання обов'язкової податкової і статистичної звітності; комунікація та проведення звірок із податковими органами, контрагентами і формування пов'язаної з цим документації; послуги з проведення розрахунків (адміністрування банківських рахунків – підготовка платіжних доручень, контроль правильності розрахунків та своєчасності платежів, опрацювання банківських звітів, комунікація з обслуговуючими банками) та ін.

Аутсорсинг бухгалтерського обліку може здійснюватися як шляхом безпосереднього обміну документацією між підприємством-замовником та аутсорсинговою фірмою, так і з використанням сучасних комп'ютерно-інформаційних технологій передачі даних (зокрема, хмарних технологій).

Передання ведення бухгалтерського обліку на аутсорсинг має як свої переваги, так і недоліки (табл. 2), на чому акцентують увагу більшість дослідників у цій галузі [3, 5, 10, 14]. Причому окремі з науковців переваги аутсорсингу у сфері бухгалтерського обліку розглядають на стратегічному і тактичному рівнях [12].

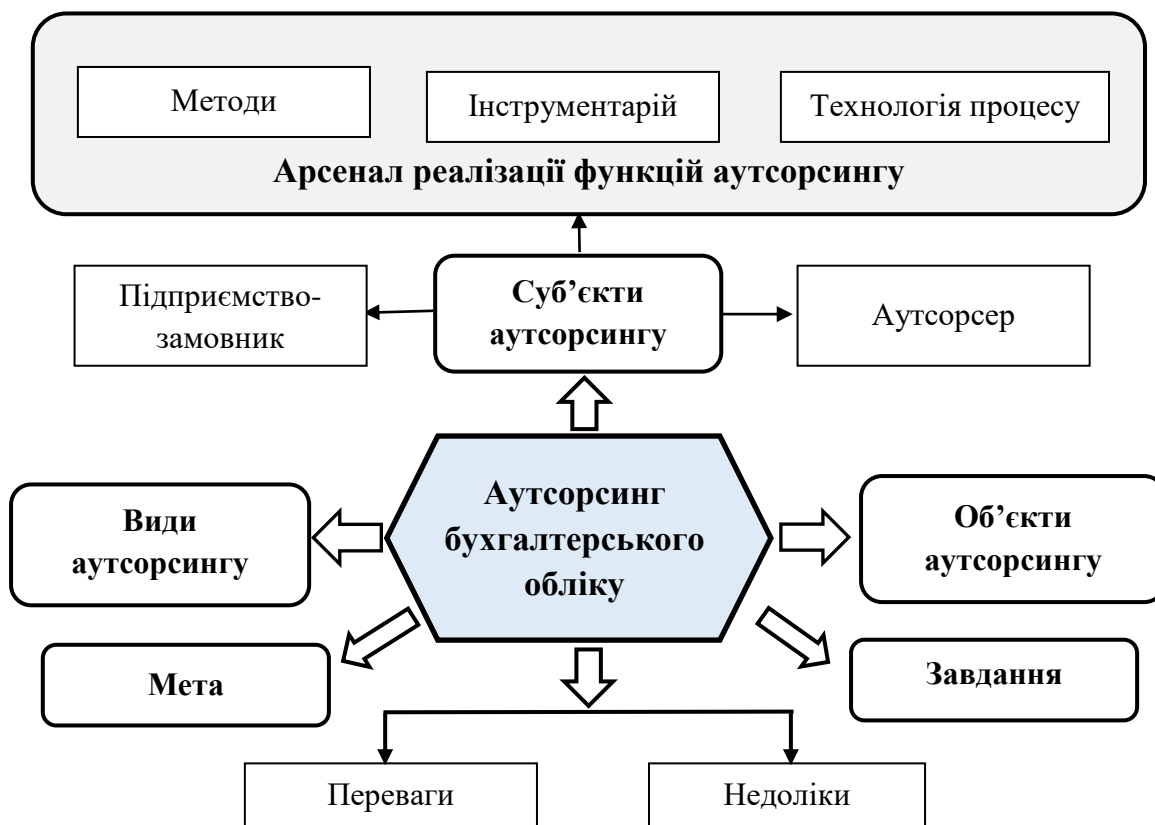


Рис. 1. Складові предметної сфери аутсорсингу бухгалтерського обліку

Переваги та недоліки аутсорсингу бухгалтерського обліку

Переваги	Недоліки
Зосередження уваги на основному бізнесі за рахунок передання функції ведення бухгалтерського обліку сторонній організації, що сприяє покращенню конкурентних позицій підприємства	Зниження безпеки і наявність ризику витоку конфіденційної інформації, що викликає недовіру до аутсорсера з боку керівництва підприємства-замовника. Уникнути цього можна шляхом прискіпливого вибору фірми-аутсорсера з врахуванням її репутації та договірного узгодження усіх напрямів співпраці у сфері ведення бухгалтерського обліку
Зменшення витрат на утримання власної облікової служби, обладнання робочих місць, інформаційне, технічне, програмне та інше забезпечення, фінансування підготовки та підвищення кваліфікації облікових працівників	У випадку припинення діяльності аутсорсингової компанії у підприємства-замовника виникає проблема пошуку нового аутсорсера протягом невеликого проміжку часу і налагодження з ним співпраці або повернення до варіанта самостійного ведення обліку
Впровадження новітніх технологій, доступ до додаткових ресурсів та нових знань у сфері бухгалтерського обліку, оподаткування, нормативно-правового й інформаційного забезпечення ведення бізнесу	Можливість втрати контролю над частиною власних ресурсів та напрямками використання облікової інформації
Можливість перерозподілу матеріальних та трудових ресурсів підприємства, зекономлених у результаті передання виконання облікової функції аутсорсинговій компанії, що сприятиме підвищенню ефективності діяльності	Стимування розвитку аутсорсингу бухгалтерського обліку через відсутність необхідної нормативно-правової бази, яка дозволила б чітко врегулювати питання взаємодії між підприємством-замовником та аутсорсером
Забезпечення об'єктивності і неупередженості під час формування та подання облікової інформації, що сприяє зменшенню ризику шахрайства або розкрадання	Втрата контролю за переданими функціями з ведення бухгалтерського обліку та формування показників звітності
Гарантія безперервності облікового процесу та своєчасності надання послуг завдяки наявності в аутсорсинговій компанії достатньої кількості працівників для заміни тих, хто вибуває по причині хвороби, відпустки, звільнення тощо	Можливе зниження якості ведення бухгалтерського обліку стороннім суб'єктом через недобросовісність аутсорсера чи інші його внутрішні проблеми
Надання якісних послуг не лише у сфері бухгалтерського обліку висококваліфікованим персоналом аутсорсингової компанії, який за рахунок її коштів постійно проходить перепідготовку та атестацію на знання змін у законодавстві з питань обліку, звітності та оподаткування, методиці відображення господарської діяльності, пошуку найбільш оптимальних режимів оподаткування, взаємодії з податковими органами й іншими інстанціями, нового комп'ютерно-програмного забезпечення обліку та вміння роботи з ним тощо	Відсутність управлінського обліку для забезпечення внутрішніх інформаційних потреб менеджменту підприємства, оскільки звітна інформація, яку формує аутсорсингова компанія і передає замовнику й контролюючим органам, не забезпечує виконання всіх завдань, які ставляться перед обліком для створення конкурентних переваг підприємства. Зокрема, це стосується превентивної перевірки законності та економічної доцільності господарських операцій, формування собівартості і рентабельності окремих видів продукції, контролю руху майна і виконання підприємством своїх зобов'язань.
Покращення управління підприємством завдяки залученню до цього процесу аутсорсингових компаній, для яких удосконалення управління є одним із напрямів діяльності. Одночасне збереження господарської та юридичної самостійності підприємства і контролю над переданими аутсорсинговій компанії функціями шляхом укладання відповідного договору.	Ризик втрати оперативності під час формування і надання для прийняття поточних управлінських рішень облікової інформації, оскільки за умови передачі сторонній організації всього циклу облікових робіт виникає просторовий і часовий розрив із власниками і керівництвом підприємства-замовника
Зменшення бази оподаткування підприємства-замовника податком на прибуток за рахунок включення вартості наданих послуг аутсорсинговою компанією до складу його витрат. Вартість аутсорсингу бухгалтерського обліку у більшості випадків є сталою і вона зафіксована в договорі та залежить від обсягів і видів діяльності, кількості найманих працівників, системи оподаткування підприємства тощо	Сповільнення запровадження аутсорсингу бухгалтерського обліку через позицію власників та керівників підприємства-замовника, які зацікавлені в обов'язковій наявності у них бухгалтера для оперативного вирішення поточних облікових завдань
Захист конфіденційних даних шляхом внесення вимог про нерозголошення конфіденційної інформації в укладений з аутсорсером договір про надання послуг з ведення бухгалтерського обліку	Втрата робочих місць працівниками облікової служби підприємства-замовника і зниження продуктивності праці у тих працівників, що залишаються працювати, через недоліки комунікації з аутсорсером
Покладання згідно з договором на постачальника аутсорсингових послуг відповідальності за неправильні розрахунки податків і платежів, порушення строків їхньої сплати, невчасне подання звітності та відшкодування відповідних штрафних санкцій за ці порушення	Несформована належна культура взаємовідносин між підприємством-замовником та постачальником послуг з аутсорсингу бухгалтерського обліку та складнощі у доступі до інформації про професійну компетентність персоналу аутсорсингової компанії

Узагальнивши розглянуті підходи, можна зазначити, що основними позитивами від переходу на аутсорсинг бухгалтерського обліку є економія витрат за рахунок підвищення економічної ефективності використання трудових ресурсів та забезпечення високої якості наданих послуг шляхом залучення висококваліфікованих фахівців для виконання облікових процедур. Високий рівень знань і практичного досвіду співробітників аутсорсингових компаній допомагає відстоювати позиції підприємства-замовника під час вирішення спорів з контролюючими органами, дозволяє знаходити найкращі варіанти вирішення проблем стратегії розвитку підприємства. Разом з тим, підприємство, переходячи на аутсорсинг бухгалтерського обліку, повинно врахувати ризики можливого витоку частини конфіденційних даних, втрати оперативності надходження інформації та контролю над ресурсами.

За умови передання ведення бухгалтерського обліку аутсорсинговій компанії, враховуючи різнопрофільний склад її працівників, підприємство-замовник матиме можливість отримання від неї й інших додаткових послуг, які, для прикладу, стосуються вдосконалення положень облікової політики, юридичного супроводу реєстрації відокремлених структурних одиниць, процесів ліквідації та реорганізації окремих напрямів бізнесу, розроблення та внесення змін до установчих документів тощо. У випадку залучення для виконання такої роботи сторонніх фахівців їм потрібні додатковий час і ресурси для ознайомлення зі специфікою діяльності підприємства-замовника, на відміну від аутсорсингової компанії, яка завдяки постійній співпраці ці особливості вже добре знає.

Для підтримання на належному рівні своєї репутації аутсорсингові фірми стараються набирати на роботу висококваліфікований персонал та не шкодують коштів на навчання працівників та підтримання високого рівня їхніх компетентностей. Сприяє цьому також налагодження дієвої системи багаторівневого управлінського контролю за виконанням своїх функцій окремими працівниками.

У випадку передачі ведення бухгалтерського обліку зовнішнім виконавцям таких послуг можуть виникнути певні проблеми. Основна з них пов'язана з вибором аутсорсингової компанії, оскільки від того, як компанія підбирає собі персонал, буде залежати якість наданих послуг. Крім того, за наявності проблем у аутсорсингової компанії з ліквідністю й платоспроможністю виникає імовірність банкрутства і невиконання контрактних зобов'язань [8].

Якісне надання послуг аутсорсингу у сфері бухгалтерського обліку вимагає постійної комунікації з персоналом підприємства-замовника та періодичного надання йому результатів роботи. Працівники аутсорсингової компанії повинні бути обізнані не лише з документообігом, який супроводжує різні напрями діяльності підприємства-замовника, але і його внутрішніми регламентуючими документами, а також підпорядковуватися правилам діяльності цього підприємства.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. У зв'язку з інноваційними змінами у сфері бізнесу й технологій, які відбуваються останнім часом, виникає потреба в оперативній перепідготовці персоналу для здійснення управлінських функцій відповідно до нових умов господарювання або залученні зовнішніх фахівців для забезпечення ефективного виконання окремих бізнес-процесів чи завдань. За цих умов аутсорсинг стає одним із найефективніших методів організації виконання управлінських функцій, зокрема, пов'язаних з організацією і веденням бухгалтерського обліку, з врахуванням переваг, яких набуває підприємство-замовник при його використанні.

Таким чином, впровадження аутсорсингу на підприємстві сприяє ефективному використанню його внутрішнього потенціалу, підвищенню мобільності та адаптивності у швидкозмінному ринковому середовищі, отриманню здатності підприємства до застосування інноваційних методів організації бізнес-процесів. Аутсорсинг у сфері бухгалтерського обліку сприятиме економії витрат, покращенню якості виконання облікової функції та інформаційного забезпечення менеджменту підприємства за умови ретельного підходу до вибору аутсорсингової компанії. У підсумку це дозволяє зосередити увагу на головних напрямках діяльності підприємства та забезпеченні його конкурентних переваг.

Враховуючи, що перехід на аутсорсинг бухгалтерського обліку, поряд із перевагами, пов'язаний також з досить суттєвими ризиками, які стосуються можливої втрати контролю з боку замовника над частиною ресурсів, витоку конфіденційної інформації підприємства, якістю виконання робіт, подальшого наукового дослідження вимагає методика оцінювання ризиків використання аутсорсингу у сфері бухгалтерського обліку та регламентація процесу взаємодії учасників цього виду послуг (підприємства-замовника і аутсорсера) з орієнтацією на дотримання балансу їхніх інтересів та якості виконання передбаченого обсягу робіт.

ЛІТЕРАТУРА

1. Аникин Б. А. Аутсорсинг: создание высокоэффективных и конкурентоспособных организаций : учеб. пособие / под ред. проф. Б. А. Аникина. М. : ИНФРА-М, 2003. 187 с.
2. Бачо Р. Й., Макарович В. К. Компаративний аналіз моделей організації надання послуг з бухгалтерського обліку: аутсорсинг, інсорсинг, косорсинг. Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. 2019. Вип. 2. С. 11-16. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Foa_2011_18_43.
3. Бурденко І. М., Ярошина А. П. Аутсорсинг: поняття, види та сучасний стан розвитку. Приазовський економічний вісник. 2018. Вип. 6 (11). С. 513-518. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83620>.
4. Закон України від 16 липня 1999 року № 996-XIV "Про бухгалтерський облік та фінансову

звітність в Україні”. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.

5. Зорій О. М., Коваленко Т. В. Особливості застосування аутсорсингу. Економічний аналіз. 2013. Т. 14. № 3. С. 18-28. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2013_14%283%29_5.

6. Ивлев А. Г. Аутсорсинг организационного развития. URL: <http://www.aup.ru/books/m74/15.htm>.

7. Красношапка В. В., Трохимець І. І. Аутсорсинг та його застосування на підприємствах України. Ефективна економіка. 2015. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4097>.

8. Ляхович Г. І. Сучасні проблемні питання організації бухгалтерського аутсорсингу. Вісник ОНУ імені І. І. Мечникова. 2016. Т. 21. Вип. 7(2). С. 173-177. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2016_21_7%282%29_38.

9. Михайлов Д. М. Аутсорсинг. Новая система организации бизнеса : учебное пособие. М. : КНО-РУС, 2009. 256 с.

10. Назаренко О. В., Суrowицька А. В. Аутсорсинг бухгалтерського обліку: переваги, недоліки та особливості запровадження. Економіка та держава. 2018. № 12. С. 50-54. URL: <http://www.economy.in.ua/?op=1&z=4211&i=9>.

11. Панков В. В., Наумова С. А. Аутсорсинг в бухгалтерском учете. Аудит и финансовый анализ. 2009. № 1. С. 1-23. URL: <https://auditfin.com/fin/2009/1/Naumova%20.pdf>.

12. Поплюйко А. М. Бухгалтерський аутсорсинг: сучасний стан та перспективи розвитку в Україні. Фінанси, облік і аудит. 2011. № 18. С. 335-340. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Foa_2011_18_43.

13. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. М. : ИНФРА-М, 2007. 495 с.

14. Савченко Т. Г., Ярошина А. П. Консалтинг та аутсорсинг як сучасні інструменти управління підприємством. Вісник СумДУ. 2019. № 2. С. 7-12. URL: <https://visnyk.fem.sumdu.edu.ua/uk/2-2019-1>.

15. Скагун Л. С. Бухгалтерський облік в умовах аутсорсингу : автореф. дис... канд. екон. наук : спец. 08.00.09 ; Житомир. держ. технол. ун-т. Житомир, 2010. 21 с.

16. Тонюк М. О. Аутсорсинг як інструмент забезпечення ефективної діяльності підприємства. Економіка і суспільство. Мукачево, 2017. № 17. С. 372-376. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/10_ukr/65.pdf.

17. Чмут А. В., Осадчий О. Д. Сутність аутсорсингу та тенденції його розвитку на міжнародних ринках. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. № 17. URL: <http://global-national.in.ua/archive/17-2017/26.pdf>.

18. Bravar J. L. Effective outsourcing. Balans Business Books, 2007. 213 p.

19. Cambridge Business English Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org>.

20. Heywood J. Brian The Outsourcing Dilemma: The Search for Competitiveness. Financial Times. Prentice Hall, 2001. 240 p.

21. Mykalo O. I. Analysis and classification of forms of outsourcing. Ekonomichnyi prostir. 2010. No. 37. Pp. 216-222.

REFERENCES

1. Anykyn, B. A. (2003), *Autsorsynh: sozdanye vysokoeffektyvnykh y konkurentosposobnykh orhanyzatsiy : ucheb. posobyе, pod red. prof. B. A. Anykyna, YNFRA-M, Moscow.*

2. Bacho, R. J. and Makarovych, V. K. (2019), *Komparatyvnyj analiz modelej orhanizatsii nadannia posluh z bukhholders'koho obliku: autsorsynh, in-sorsynh, kosorsynh, Problemy teorii ta metodolohii bukhholders'koho obliku, kontroliu i analizu, vyp. 2, pp. 11-16, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Foa_2011_18_43.*

3. Burdenko, I. M. and Yaroshyna, A. P. (2018), *Autsorsynh: poniattia, vydy ta suchasnyj stan rozvytku, Pryzovs'kyj ekonomichnyj visnyk, vyp. 6 (11), pp. 513-518, available at: https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83620.*

4. *Zakon Ukrainy vid 16 lypnia 1999 roku № 996-XIV "Pro bukhholders'kyj oblik ta finansovu zvitnist' v Ukraini", available at: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14.*

5. Zorij, O. M. and Kovalenko, T. V. (2013), *Osoblyvosti zastosuvannia autsorsynhu, Ekonomichnyj analiz, Tom 14, No. 3, pp. 18-28, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2013_14%283%29_5.*

6. Yvlev, A. H. *Autsorsynh orhanyzatsyonnoho razvytyia, available at: http://www.aup.ru/books/m74/15.htm.*

7. Krasnoshapka, V. V. and Trokhymets', I. I. (2015), *Autsorsynh ta joho zastosuvannia na pidpriemstvakh Ukrainy, Efektyvna ekonomika, No. 5, available at: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4097.*

8. Liakhovych, H. I. (2016), *Suchasni problemni pytannia orhanizatsii bukhholders'koho autsorsynhu, Visnyk ONU imeni I. I. Mechnykova, T. 21. Vyp. 7(2)., pp. 173-177, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2016_21_7%282%29_38.*

9. Mykhajlov, D. M. (2009), *Autsorsynh. Novaia systema orhanyzatsyy byznesa : uchebnoe posobyе, KNORUS, Moscow.*

10. Nazarenko, O. V. and Surovyts'ka, A. V. (2018), *Autsorsynh bukhholders'koho obliku: perevahy, nedoliky ta osoblyvosti zaprovadzhennia, Ekonomika ta derzhava, No. 12, pp. 50-54, available at: http://www.economy.in.ua/?op=1&z=4211&i=9.*

11. Pankov, V. V. and Naumova, S. A. (2009), *Autsorsynh v bukhholderskom uchete, Audyt y finansovyj analiz, No. 1, pp. 1-23, available at: https://auditfin.com/fin/2009/1/Naumova%20.pdf.*

12. Popliujko, A. M. (2011), *Bukholders'kyj autsorsynh: suchasnyj stan ta perspektyvy rozvytku v Ukraini, Finansy, oblik i audyt, No. 18, pp. 335-340, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Foa_2011_18_43.*

13. Rajzberh, B. A. Lozovskij, L. Sh. and Starodubtseva, E. B. (2007), *Sovremennyj ekonomycheskyj slovar', YNFRA-M, Moscow.*

14. Savchenko, T. H. and Yaroshyna, A. P. (2019), Konsal'tynh ta outsorsynh yak suchasni instrumenty upravlinnia pidpriemstvom, Visnyk SumDU, No. 2, pp. 7-12, available at: <https://visnyk.fem.sumdu.edu.ua/uk/2-2019-1>.

15. Skakun, L. S. (2010), Bukhhal'ters'kyj oblik v umovakh outsorsynhu : avtoref. dys... kand. ekon. nauk : spets. 08.00.09, Zhytomyr. derzh. tekhnol. un-t, Zhytomyr.

16. Toniuk, M. O. (2017), Outsorsynh yak instrument zabezpechennia efektyvnoi diial'nosti pidpriemstva, Ekonomika i suspil'stvo, Mukachevo, No. 17, pp. 372-376, available at: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/10_ukr/65.pdf.

17. Chmut, A. V. and Osadchyy, O. D. (2017), Sutnist' outsorsynhu ta tendentsii joho rozvytku na mizhnarodnykh rynkakh, Hlobal'ni ta natsional'ni prob-

lemy ekonomiky, No. 17, available at: <http://global-national.in.ua/archive/17-2017/26.pdf>.

18. Bravar, J. L. (2007), Effective outsourcing, Balans Business Books, 213 p.

19. Cambridge Business English Dictionary, available at: <https://dictionary.cambridge.org>.

20. Heywood, J. (2001), Brian The Outsourcing Dilemma: The Search for Competitiveness, Financial Times, Prentice Hall, 240 p.

21. Mykalo, O. I. (2010), Analysis and classification of forms of outsourcing, Ekonomichnyi prostir, No. 37, pp. 216-222.

Стаття надійшла до редакції 17 листопада 2021 року

УДК 338.484

Мізюк Б. М.,

mizjuk.bohdan@gmail.com, ORCID ID: 00000-0002-6917-6351,

Researcher ID: F-9090-2019,

д.е.н., проф., завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ПОТЕНЦІАЛ ТУРИСТИЧНО-ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА КІНЕТИЧНИЙ МЕХАНІЗМ ЙОГО ПЕРЕТВОРЕННЯ

***Анотація.** Мета статті - наукове обґрунтування теоретико-змістовних характеристик потенціалу підприємства чи організації, яке займається бізнесом в сфері обслуговування, що є основою їх ефективного управління. У статті розглянуто фундаментальний базис формалізації механізму формування та використання інструментарію управління. У дослідженні акцент на потенціал зроблено з енергетичної точки зору, коли ресурсна складова потенціалу, наряду з виробничим та економічним компонентом, перетворюється в кінетичну енергію за рахунок управлінської складової потенціалу. В статті увага звертається на те, що саме управлінська складова приводить у дію усю решту компонентів повного потенціалу за допомогою певного механізму. Його узагальнена модель являє собою взаємопов'язану сукупність ресурсної, виробничої та економічної складових, які через управлінський компонент перетворюють скриті потенційні можливості в бажані результати. Графічно зображено структурно-ієрархічну побудову такої моделі. Подальші дослідження повинні бути спрямовані на проектування побудови системи управління запропонованої моделі, пошук та використання ресурсів зовнішнього середовища, які б могли з успіхом використовуватись у веденні готельно-ресторанного бізнесу. При цьому заслуговує на увагу використання операційного підходу до побудови системи управління. Він дає можливість систематизувати знання стосовно теорії менеджменту і розробити алгоритми виконання завдань практичної управлінської діяльності туристично-готельних підприємств.*

Ключові слова: потенціал, ресурс, системність, механізм, кінетична енергія, управління, підприємство, організація, готельно-ресторанний бізнес.

Mizuk B. M.,

mizjuk.bohdan@gmail.com, ORCID ID: 00000-0002-6917-6351,

Researcher ID: F-9090-2019,

Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Tourism and Hotel&Restaurant Business, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

POTENTIAL OF TOURISM&HOTEL ENTERPRISES AND KINETIC MECHANISM OF ITS TRANSFORMATION

***Abstract.** The purpose of the article is a scientific substantiation of the theoretical and meaningful characteristics of the potential of the enterprise or organization engaged in services business, which is the basis of their effective management. The article considers the fundamental basis of formalization of the mechanism of formation and use of management tools. In the study, the emphasis on potential is made from the energetic point of view, when the resource component of the potential, along with the production and economic components, are converted into kinetic energy due to the managerial component of the potential. The article draws attention to the fact that it is the managerial component that drives all the other components of full potential through a particular mechanism. Its generalized model is an interconnected set of resource, production and economic components that, through the managerial component, turn hidden potential possibilities into desired results. The structural-hierarchical construction of such a model is graphically depicted. Further research should be aimed at designing the management system of the proposed model, search and use of external environmental resources that could be successfully used for running the hotel and restaurant business. Herewith the use of an operational approach to building a management system deserves attention. It provides an opportunity to systematize knowledge of management theory and develop algorithms for practical managerial activities of tourism&hotel enterprises.*

Key words: potential, resource, systematicity, mechanism, kinetic energy, management, enterprise, organization, hotel&restaurant business.

JEL Classification: L83; M29

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2021-65-04>

Постановка проблеми. Потенціал як база діяльності підприємств і організацій сфери обслуговування виступає не тільки в ролі вихідного ресурсу, але також неодмінною умовою безперервного процесу функціонування і відтворення. Проте наявність потенціалу як можливості діяльності ще не означає, що ця діяльність буде ефективною. Від того, якою величиною та структурою і в якій мірі суб'єкт господарювання використовує свій потенціал, залежить його позиція на ринку і динаміка розвитку. Значення потенціалу не викликає сумніву.

У сфері туристичного і готельно-ресторанного бізнесу на старті становлення ринкових відносин різні організації володіли різним обсягом потенціалу, виходячи від приналежності до тих чи інших установ різного галузевого призначення. Становлення і функціонування в перехідний період показує, що різні організації і підприємства досягли різних рівнів успішності. Це визначалося не тільки величиною наявного потенційного ресурсу, але й вмилем використанням та перетворенням даного ресурсу. Одні з них, незважаючи на значний ресурс, не досягли успіху, інші із значно нижчим обсягом ресурсу досягли певних позитивних результатів. Причин цьому є багато і вони досить різноманітні. Була і залишається дилема: або підприємства та організації сфери обслуговування будуть реструктуризовані в ефективні суб'єкти господарювання, або існуючі кризові фактори в економіці приведуть їх до знекровлення і в кінцевому випадку до банкрутства. Оскільки прийнятим є перший варіант, то постає завдання перед кожною організацією чи підприємством виробити свою концептуальну схему, яка б в системному ракурсі давала змогу розглядати різноманітні соціально-економічні, виробничі та комерційні процеси й отримувати енергетичний ефект шляхом ефективного використання наявного потенціалу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні й аналітичні матеріали стосовно потенціалу організацій і підприємств у різноманітних галузях народного господарства досліджувалися в працях таких науковців, як Ансофф І., Добукіна О. К., Краснокутська Н. С., Хіччен П., Хікс Д. Р., Харрісон Г. С. та ін. Компетентнісний підхід до структуризації та управління потенціалу підприємств та організацій сфери обслуговування враховує специфіку їх функціонування. Разом з тим, зміни, що характерні для ринку гостинності в умовах економічної глобалізації, потребують нових, більш досконалих підходів до розуміння природи та управління потенціалом структур, що функціонують в цій сфері.

Постановка завдання. Метою даного дослідження є структуризація та оцінка можливостей перетворення потенціалу в результати діяльності, що відповідають поставленим цілям та запланованим фінансовим показникам. Завдання полягає у встановленні способів та засобів переведення статичних ресурсів, якими володіє та чи інша організація, в кінетичну енергію, яка б сприяла досягненню мети.

Виклад основного матеріалу дослідження. Саме потенціал є зв'язуючою ланкою тих процесів, що дають можливість за допомогою наявних ресурсів визначати напрям життєдіяльності та розвитку організацій та підприємств туристичної та готельно-ресторанної сфери. В цьому визначальну роль відіграє управління, а основним об'єктом прийняття рішень виступає розподіл ресурсів і зосередження зусиль між використанням і відновленням потенціалу. Останнє торкається здатності керівництва поряд із залученням інвестицій зробити акцент на відтворення робочої сили, засобів виробництва, інтелектуальних, природно-екологічних та інфраструктурних ресурсів.

В умовах конкуренції кожне підприємство готельно-ресторанного та туристичного бізнесу повинно шукати свій особистий шлях стабілізації та розвитку. В цьому випадку зусилля повинно зосереджуватися на встановленні оптимального співвідношення між величиною наявного потенціалу і його структурних компонент та результатами ефективності конкурентної боротьби. Постійна нестача інвестицій вимагає цілеспрямованого підходу до аналізу структури, співвідношень між складовими потенціалу та характеру ефективності використання. Існуючий аналітичний апарат, як правило, орієнтований на оцінку динаміки фактичних показників, як правило, фінансового характеру або прогнозу можливість їх планового збільшення. Але у сучасній економічній ситуації важливе місце в аналітичній роботі повинно відводитися методологічному інструментарію обґрунтування оптимального використання всіх наявних ресурсів, які б могли підвищити конкурентний статус туристичного та готельно-ресторанного підприємства за рахунок пошуку в наявному потенціалі ресурсів, які б могли стати суттєвими конкурентними перевагами. Суттєвим є те, що багато підприємств сфери гостинності мають орієнтовно однаковий потенціал, але знаходяться в середовищах із різною інтенсивністю та якістю змін; це приводить їх до того, що результати їх діяльності, особливо фінансові, можуть суттєво відрізнятись. В цьому випадку особливу увагу потрібно звертати на способи і методи використання наявних ресурсів відповідно до конкретних обставин, в яких функціонує те чи інше підприємство.

Поряд із поняттям "потенціал" часто спостерігається поняття "потенція". Останнє виступає як прихована можливість або здатність, що може проявитися за певних умов. Якщо потенціал виступає як сукупна можливість реалізації сконцентрованих ресурсів, то він носить статичний характер. В цьому випадку його реалізація потребує певних рушійних сил, які б давали змогу привести в динамічний стан наявні ресурси.

Економічні дослідження щодо потенціалу пов'язані в основному з визначенням фінансових показників, оцінкою ефективності і конкурентоздатності. Це дуже важливо, але в умовах конкуренції та невизначеності зовнішнього середовища є необхідність оцінки потенціалу суб'єктів господарювання і виявлення можливостей його

оптимального використання. Трактуювання потенціалу в економічному аспекті визначається як можливість, що можуть бути використані або не використані для забезпечення певних матеріальних потреб.

З позиції природничих наук потенціал виступає енергетичною характеристикою елемента будь-якого силового поля. Чисельно він розраховується як величина роботи, що здійснюють сили поля, переміщуючи одиницю маси чи електричного заряду з даної точки поля в точку, де потенціал дорівнює нулю. Якщо потенціал розглядати як сукупність можливостей реалізації сконцентрованих ресурсів, то він, по суті, носить статичний характер і тому потрібні рушійні сили, які б привели його в динамічний стан.

З енергетичної точки зору кожен елемент силового поля характеризується як потенційною, так і кінетичною енергією, що нерозривно пов'язані між собою. За аналогією в економічно-господарському полі, до якого відносяться туристичні та готельно-ресторанні підприємства, мають перебувати сили, які б змушували потенційну енергію наявного ресурсу перетворювати в кінетичну енергію, яка б приводила до отримання позитивного результату в результаті здійснення певного обсягу роботи. Через таку призму реалізацію потенціалу підприємств та організацій готельно-ресторанної та туристичної сфери можна зобразити лінійною схемою.

Розглядаючи потенціал із позиції системного підходу, потрібно виходити перш за все з мети та

цілей, що поставлені перед тією чи іншою організацією чи підприємством туристичного чи готельно-ресторанного характеру, які можуть бути досягнуті лише за наявності та умов використання наявних власних ресурсів. Причому доцільно встановити верхню і нижню межі їх величини, за яких можна сподіватися на найбільшу і найменшу результативність. Після цього потрібно зупинитися на оптимальному варіанті величини і способах використання тих чи інших ресурсів.

Для цього доцільно чітко визначити структуру потенціалу. Оскільки потенціал являє собою систему єдності засобів праці, предметів праці, самих працівників і відносин між ними, включаючи їх кваліфікацію, фахові навички, наявність мотивації та стимулів, то можна виділити чотири компоненти: засоби праці, предмети праці, учасники праці і сама праця. Відповідно до цього є чотири складові потенціалу - ресурсний, виробничий, економічний та управлінський. Зокрема, перша складова має статичний характер, дві наступні - динамічний, а четверта, - окрім динамічного, ще і соціальний.

Ресурсний потенціал включає чотири різновиди: матеріальні, що складаються з матеріально-сировинних, енергетичних та технологічних; фінансово-економічних, кадрових та інформаційних. Цей потенціал відповідає предметам та засобам праці і фактично служить для реалізації виробничого потенціалу.

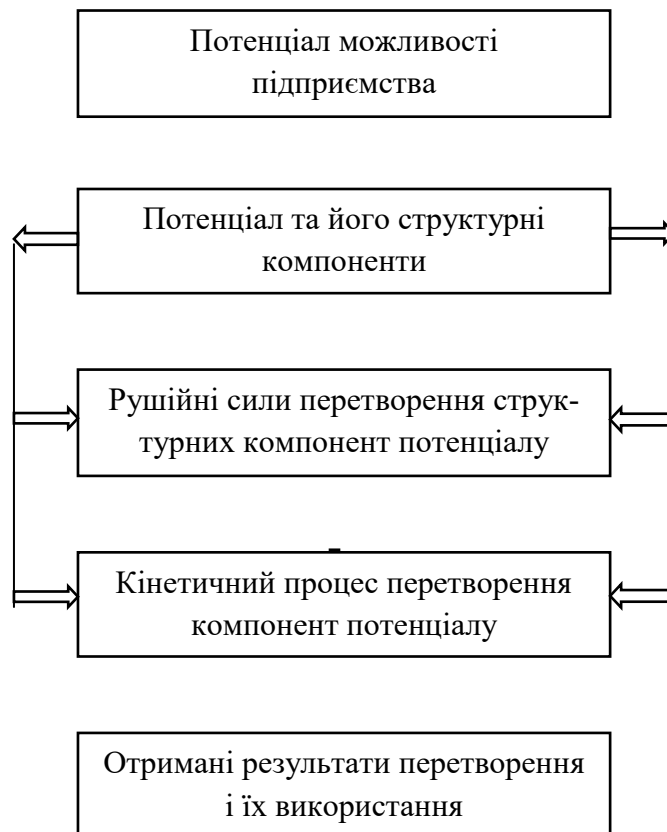


Рис. 1. Схема реалізації потенційних можливостей підприємств туристичної і готельної сфери

Виробничий потенціал є основою реалізації самої праці. В нього включається технологія випуску продукції та працівники, які на відповідному обладнанні здійснюють певні операції. Динамічність цього потенціалу проявляється через організацію виробництва, а його атрибутивний і процесно-функціональний зміст містить у собі і рушійні сили, що забезпечують діяльність і приводять до результатів.

Економічний потенціал забезпечує здатність перетворення ресурсного і виробничого потенціалу в результаті діяльності конкретного підприємства чи організації. Він виступає в ролі важеля, що приводить у дію рушійні сили і формує механізм кінетичного перетворення ресурсів у результати діяльності. До його складу входять насамперед фінансові ресурси, що складаються з статутного, додаткового і резервного капіталів, кредитів, фондів накопичення, вартості капіталу основних фондів, інвестованого капіталу, оборотних активів тощо.

Управлінська складова потенціалу займає особливе місце в повному потенціалі. Фактично з допомогою цієї складової приводяться в дію всі інші потенціали. Його компонентами виступають керівники всіх щаблів та ланок організації чи підприємства, формальні та неформальні міжособові та особові відносини, системи мотивації та стимулювання. Менеджери як основна складова цього потенціалу через адміністративні та економічні важелі організують діяльність своїх підлеглих таким чином, щоб сумарна ефективність діяльності була оптимальною. Робота управлінського потенціалу скерована на отримання позитивного синергетичного ефекту. Тому роль ефективного використання потенціалу управління є вирішальною.

Розуміння змісту та ролі потенціалу підприємства сфери гостинності буде неповним, якщо не розглянути склад, взаємозв'язки та взаємодію між його компонентами та скерованості на поставлені

цілі. Наочно це можна зобразити наступною схемою (рис. 2).

Як видно зі схеми, між компонентами потенціалу існують взаємозалежності, а між ними постійно здійснюються взаємодії, що носять ієрархічний характер. Це пов'язано з тим, що ресурсний потенціал виступає підґрунтям і необхідною умовою здійснення виробничо-господарської та інформаційно-управлінської діяльності. Але, щоб ресурси могли виконувати покладені на них функції, слід задіяти організаційно-виробничі фактори, зокрема технологічного характеру. І власне тут відбувається взаємодія, що приводить у динамічний стан все підприємство.

Аналіз діяльності підприємств туристичного та готельно-ресторанного господарства в системному плані повинен враховувати продуктово-виробничі, відтворювальні та технологічні процеси, сконцентровані в обмеженому просторі і розділені в часі. Звідси кожне підприємство повинно виступати стійким до несподіваних змін та не піддаватися негативним впливам суб'єктів як внутрішнього, так і зовнішнього оточення. Це досягається як потужністю потенціалу, так і рушійними силами, що спрямовують реалізацію потенційних можливостей у правильне русло.

Для того, щоб потенціал управління використовувався більш ефективно, необхідне застосування відповідного механізму перетворення складових ресурсів компоненти потенціалу підприємства. Особливо це важливо при функціонуванні підприємств у кризових умовах. В цьому випадку треба проводити гнучку політику, здатну пом'якшити негативні наслідки спаду. Потрібен механізм, який забезпечив би стабілізацію і дозволив би ефективно функціонувати підприємству чи організації сфери обслуговування у надзвичайно важких умовах, в яких вони опинилися при пандемії.

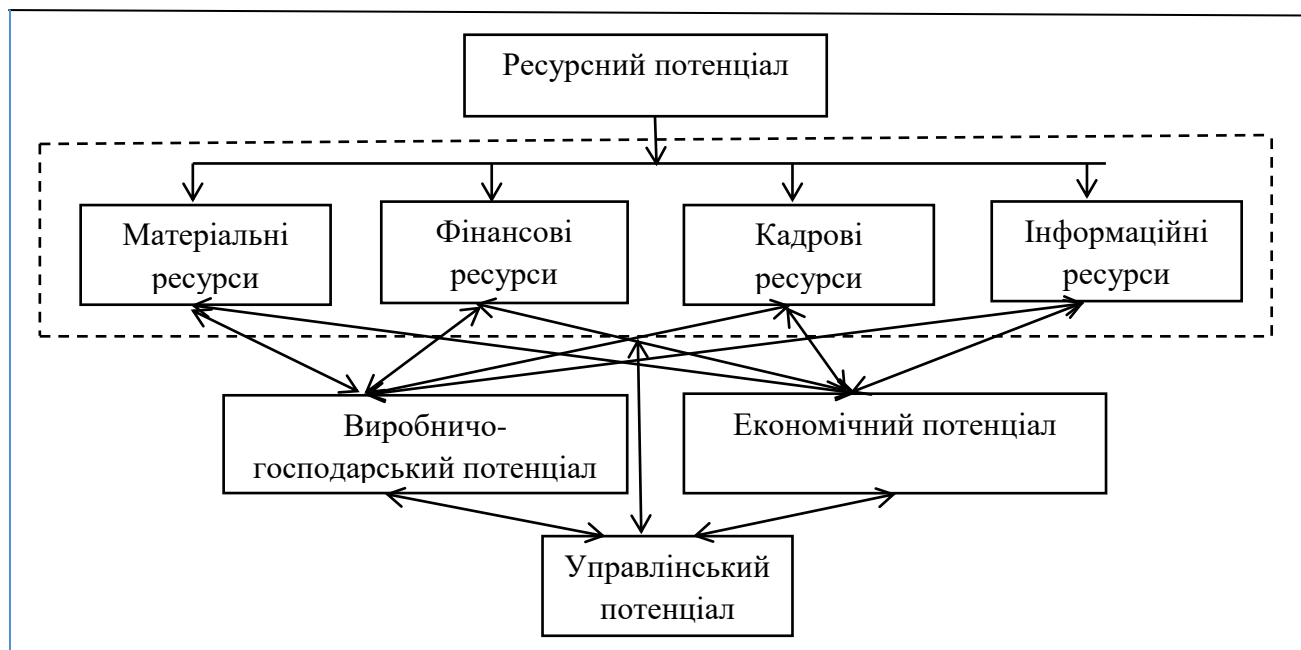


Рис. 2. Структура та взаємозв'язки потенціалу підприємства

Узагальнена модель такого механізму базується на концептуальній схемі діяльності в кризовій ситуації. Ідея такої моделі полягає в наступному: повний потенціал як взаємопов'язана сукупність ресурсного, виробничого й економічного потенціалів через потенціал управління перетворюється в кінетичну енергію рушійних сил економічного поля і переходить у кінцевий результат за рахунок вступу в дію ресурсного і виробничого потенціалів. При цьому з позиції системності механізм повинен являти собою комплекс складових і відношень між ними та становити певне ціле, що має емерджентні властивості і власну поведінку. Його основу складають організаційні структури управління (ОСУ) і структура апарату управління (САУ), які власне направлені на реалізацію перетворення ресурсів у корисну кінцеву продукцію і які становлять систему управління підприємства чи організації. Варто відзначити, що однієї, оптимальної для всіх однорідних підприємств, структури системи управління не існує, а відносна ефективність у кожному випадку визначається конкретними зовнішніми і внутрішніми умовами діяльності. Зовнішні умови визначають цілі управління ресурсами, що зумовлюється зміною потреб споживачів і необхідністю взаємодії із зовнішніми суб'єктами, а внутрішні умови визначають завдання оптимального використання наявних ресурсів. У відповідності до цього повинна модифікуватись атрибутивна і

функціональна побудова системи управління. Схематично узагальнену модель механізму кінетичного перетворення ресурсного потенціалу представлено на рис. 3.

Суттєвою складовою кінетичного механізму виступає технологія здійснення управління та виробництва. Вона входить у механізм кінетичного перетворення потенціалу і визначає життєздатність та конкурентну здатність підприємства чи організації туристичної та готельно-ресторанної сфери. По суті, технологія сумісно з кваліфікованим персоналом виступає основною рушійною силою і забезпечує перетворення всіх компонент ресурсного потенціалу у вихідний продукт. Невміння керівництва вчасно усвідомити необхідність зміни технології призводить до значних втрат, і в той же час раціональна технологія здатна бути ефективним інструментом створення ключових конкурентних переваг. Зміна технології на сучасному етапі пов'язана з труднощами інвестування. Фінансова скрута перешкоджає переходу на нові технології. Зашкодити цьому може впровадження інноваційного менеджменту, який дозволив би оновити виробничий потенціал. Важливо, щоб він скеровувався не лише до видозміни виробничого потенціалу, але і до вдосконалення системи управління в цілому.

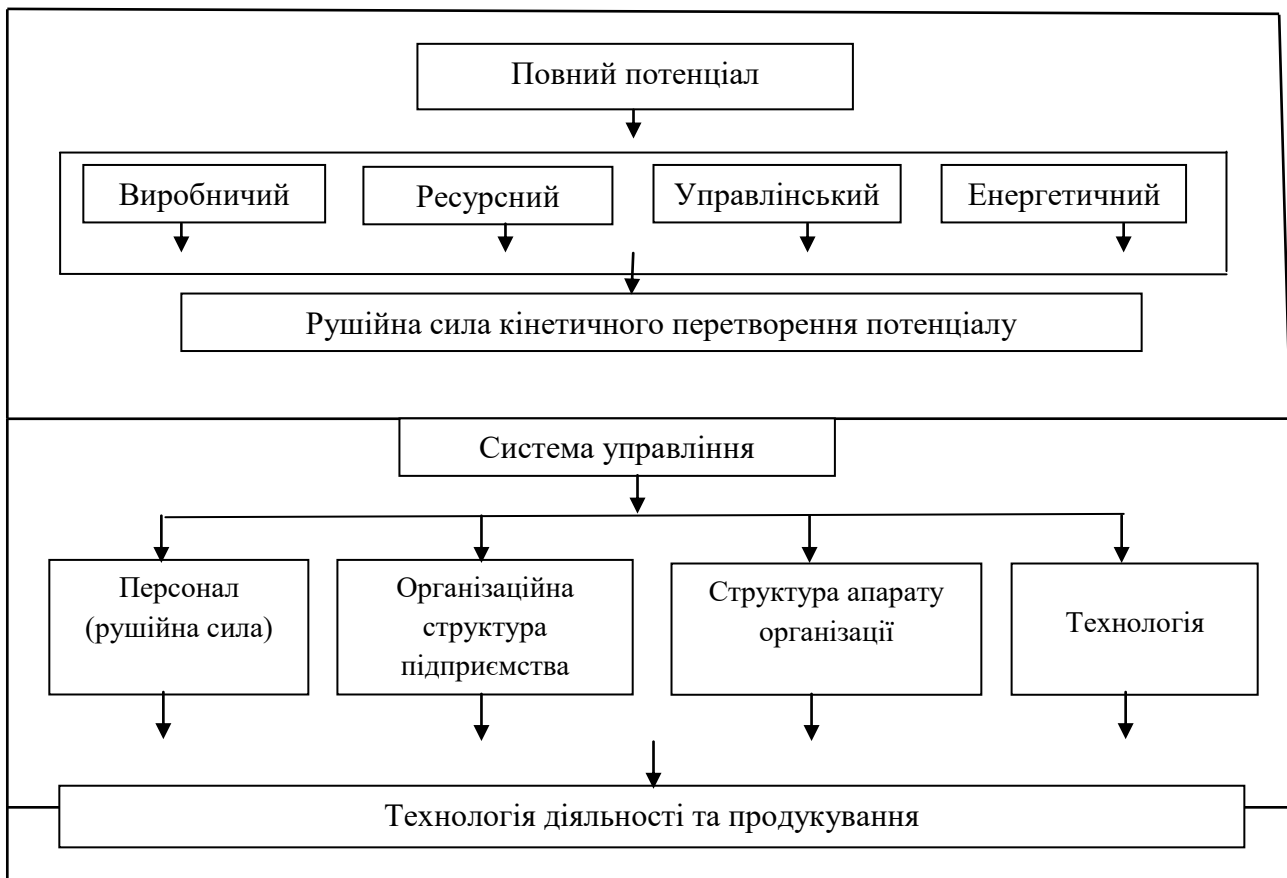


Рис. 3. Узагальнена механічна модель кінетичного перетворення ресурсного потенціалу

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Стан і тенденції розвитку туристичного і готельно-ресторанного бізнесу свідчать про перспективність цієї сфери економічного господарювання. Незважаючи на тимчасові труднощі, пов'язані з пандемією і загальною кризою, перед суб'єктами даного перспективного бізнесу постає завдання пошуку шляхів та підходів до розвитку цієї важливої складової економіки України. Це перш за все пов'язане з використанням внутрішнього і зовнішнього потенціалу сфери туризму та готельно-ресторанної справи. В наведеній статті мова йде про значення та побудову механізму кінетичного перетворення потенціалу підприємств і організацій в їх ефективну діяльність. Перш за все йдеться про систему управління, завданням якої є значне підвищення ефективності використання наявних ресурсів, а також пошук і впровадження інновацій. Не менш важливим завданням подальших досліджень є аналіз і визначення можливостей використання потенціалу, що знаходиться у зовнішньому середовищі галузі гостинності. Мова йде про пошук і використання тих ресурсів навколишнього середовища, що носять природно-кліматичний, історичний, архітектурний, культурно-етнічний характер, а також про використання можливостей, що закладені в готельному і ресторанным господарстві.

ЛІТЕРАТУРА

1. Акофф Р., Эмери Ф. О целеустремленных системах. М. : Сов. радио, 1974. 272 с.
2. Антошкова Н. А. Практика і перспективи розвитку індустрії гостинності України : монографія. Львів : ЛТЕУ, 2019.
3. Маслак О. І., Безручко О. О., Маслак М. В. Управління інноваційним потенціалом підприємства в умовах циклічності. Економіка і організація управління. 2014. №1(17). С. 166-173.
4. Рогоза М. Е., Вергал К. Ю. Стратегічний інноваційний розвиток підприємств: моделі та механізми : монографія. Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011. 136 с.
5. Вернерфельт Б. А. Ресурсний вигляд фірми. Журнал стратегічного управління. 1984. Т. 5. № 2. С. 171-180.
6. Вуд Робін. Управління складністю. Лондон, 2000. 310 р.
7. Мельник І. М., Антошкова Н. А. Потенціал підприємства ресторанного господарства в забезпеченні клієнтоорієнтованого сервісу. НУХТЮ. Науковий журнал Інтелект XXI. Київ, 2019. № 6.

8. Мізюк Б. М. Становлення підприємництва та менеджменту в ракурсі змін економічних положень. Торгівля, комерція, підприємництво : збірник наукових праць. Львів : Коопосвіта, 1999.

9. Питерс Т., Уотермен Р. В поисках эффективного управления. М. : Сов. радио, 1986.

10. Поспелов Г. Ф. Системный анализ и искусственный интеллект. М. : Наука, 1980.

11. Сйо К. К. Управленческая экономика / пер. с англ. М. : Цифра, 2000.

REFERENCES

1. Akoff R. and Emery F. (1974), O tselestremennyykh sistemakh. Sov. radio, M., 272 s.
2. Antoshkova, N. A. (2019), Praktyka i perspektivy rozvytku industrii hostynnosti Ukrainy : monohrafiia, LTEU, L'viv.
3. Maslak, O. I. Bezruchko, O. O. and Maslak, M. V. (2014), Upravlinnia innovatsijnym potentsialom pidpryemstva v umovakh tsyklichnosti, Ekonomika i orhanizatsiia upravlinnia, №1(17), s. 166-173.
4. Rohoza, M. E. and Verhal, K. Yu. (2011), Stratehichnyj innovatsijnij rozvytok pidpryemstv: modeli ta mekhanizmy : monohrafiia, RVV PUET, Poltava, 136 s.
5. Vernerfel't, B. A. (1984), Resursnyj vyhliad firmy, Zhurnal stratehichnoho upravlinnia, T. 5. № 2., s. 171-180.
6. Vud Robin. Upravlinnia skladnistiu (2000), London, 310 r.
7. Mel'nyk, I. M. and Antoshkova, N. A. (2019), Potentsial pidpryemstva restorannoho hospodarstva v zabezpechenni kliientoorientovanoho servisu. NU-KhTYu, Naukovyj zhurnal Intel'ekt KhKhI, Kyiv, №6.
8. Miziuk, B. M. (1999), Stanovlennia pidpryemnytstva ta menedzhmentu v rakursi zmin ekonomichnykh polozhen', Torhivlia, komertsii, pidpryemnytstvo : zbirnyk naukovykh prats', Kooposvita, L'viv.
9. Pyters T. and Uotermen R. (1986), V poyskakh efektyvnoho upravlenyia, Sov. radio, M.
10. Pospelov, H. F. (1980), Systemnyj analiz y yskusstvennyj yntellekt, Nauka, M.
11. Syo, K. K. (2000), Upravlencheskaia ekonomyka, per. s anhl., Tsyfra, M.

Стаття надійшла до редакції 03 грудня 2021 року

УДК 658.012.2.

Красностановова Н. Е.,

krasnostanova7718-3@uoel.uk, ORCID ID:0000-0003-2151-3633,

к.е.н., доц., завідувач кафедри менеджменту організацій, Одеський регіональний інститут державного управління Національної академії державного управління при Президентові України, м. Одеса

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ІНСТРУМЕНТИ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ

***Анотація.** Сучасні умови бізнесу характеризуються невизначеністю, швидкими змінами та вимушеністю розвиватись у динамічному та бурхливому середовищі. Актуальність статті зумовлена необхідністю дослідження технологій та інструментів стратегічного аналізу з точки зору сучасності, а також нестабільного економічного стану України та невизначеності в світі. У зв'язку з цим дана стаття спрямована на виявлення головних переваг, які надає бізнесу стратегічний аналіз, опис інформаційних факторів досягнення ефективного функціонування бізнесу, розкриття передумов виконання якісного стратегічного аналізу, проведення аналізу методів стратегічного аналізу з метою виявити найбільш ефективні, а також наведення прикладу стратегічного аналізу за допомогою матриці TOWS. Дане дослідження сучасних технологій та інструментів стратегічного аналізу носить теоретичний характер та базується на ряді емпіричних досліджень, результати яких наведені в розділі "Виклад основного матеріалу дослідження". Під час написання цієї статті було використано наступні методи дослідження: системний та логічний аналіз, метод порівняння, дедукція, класифікація та метод контент-аналізу. У статті представлені результати проведеного аналізу, виявлено головні переваги, які надає бізнесу стратегічний аналіз, описано інформаційні фактори досягнення ефективного функціонування бізнесу, розкрито передумови виконання якісного стратегічного аналізу, проведено аналіз методів стратегічного аналізу і виявлено найбільш ефективні, наведено приклад стратегічного аналізу за допомогою матриці TOWS. Матеріали статті становлять практичну цінність для викладачів та студентів економічних факультетів та спеціальностей бізнес-управління, аналітиків, керівників та менеджерів компаній. У майбутньому рекомендується проведення експериментального лонгітюдного дослідження цієї гіпотези із залученням професійних бізнес-аналітиків та тестовою і контрольною групами компаній.*

Ключові слова: матриця TOWS; оптимізація ресурсів; збільшення продажів; управління і стратегія управління бізнесом.

Krasnostanova N. E.,

krasnostanova7718-3@uoel.uk, ORCID ID:0000-0003-2151-3633,

Ph.D., Associate Professor, Head of the Department of Management of Organizations, Odesa Regional Institute for Public Administration of the National Academy for Public Administration under the President of Ukraine, Odesa

MODERN TECHNOLOGIES AND TOOLS OF STRATEGIC ANALYSIS

***Abstract.** Modern business conditions are characterized by uncertainty, rapid change and the need to develop in a dynamic and turbulent environment. The relevance of the article is due to the need to study technologies and tools of strategic analysis in terms of modernity, as well as the unstable economic situation in Ukraine and uncertainty in the world. In this regard, this article aims to identify the main benefits of strategic analysis, describing the information factors of achieving effective business, disclosing the prerequisites for qualitative strategic analysis, analysis of strategic analysis methods to identify the most effective, as well as guidance example of strategic analysis using the TOWS matrix. This study of modern technologies and tools of strategic analysis is theoretical in nature and is based on a number of empirical studies, the results of which are presented in the section "Presentation of the main material of the study". The following research methods were used in writing this article: systematic and logical analysis, comparison method, deduction, classification and content analysis method. The article presents the results of the analysis, identifies the main benefits of strategic analysis, describes the information factors for achieving effective business, reveals the prerequisites for qualitative strategic analysis, analyzes the methods of strategic analysis and identifies the most effective, gives an example of strategic analysis using TOWS matrix. The materials of the article are of practical value for teachers and students of economic faculties and specialties of business management, analysts, executives and managers of companies. In the future, it is recommended to conduct an experimental longitudinal study of this hypothesis with the involvement of professional business analysts as well as test and control groups of companies.*

Key words: TOWS matrix, resource optimization, sales increase, business management strategy.

JEL Classification: M10, A10, P34

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2021-65-05>

Постановка проблеми. Стратегія – це план дій, що вживаються менеджерами для досягнення загальної мети компанії та інших допоміжних цілей. Це визначає успіх компанії. Стратегічний аналіз відноситься до процесу дослідження компанії та її операційного середовища для формування стратегії. Це допомагає виявляти та оцінювати дані, що мають відношення до стратегії компанії. Він визначає внутрішнє та зовнішнє середовище для аналізу. Стратегічний аналіз використовує кілька аналітичних методів, таких як аналіз п'яти сил Портера, SWOT-аналіз та аналіз ланцюжка створення вартості [1]. Моделі бізнес-аналізу – це корисні інструменти та прийоми, які можуть допомогти зрозуміти організаційне середовище та мислити більш стратегічно стосовно розвитку бізнесу. Існує два фундаментальних рівня стратегії: стратегія корпоративного рівня та стратегія підрозділу. Корпоративна стратегія визначає, в якому наборі підприємств конкурувати, тоді як стратегія бізнес-одиниці описує, як конкурувати в кожному окремому бізнесі чи галузі. Хоча обидві стратегії є однаково важливими, на підрозділі бізнесу зазвичай припадає 90% або більше економічних показників, і тому на них зосереджена робота стратегії Майкла Портера. Основним рівнем стратегії є бізнес-одиниця, а не компанія в цілому. Конкурентна перевага завойовується або програється на рівні бізнес-одиниці. Для досягнення конкурентних переваг компанії мають стратегічно позиціонувати себе у визначених галузях. У диверсифікованих компаніях корпоративні лідери можуть підвищити конкурентну перевагу, використовуючи синергію між бізнес-одиницями в корпоративному портфелі [2]. SWOT-аналіз має на увазі визначення чотирьох характеристик компанії: сильні сторони, слабкі сторони, можливості, загрози.

Сучасні умови бізнесу характеризуються невизначеністю, швидкими змінами та бізнесом у динамічному та бурхливому бізнес-середовищі. Зрозуміло, що навколишнє середовище впливає на бізнес підприємства, але підприємство також має певний вплив на навколишнє середовище. У цьому контексті дуже важливо провести стратегічний аналіз середовища, яке можна поділити на внутрішнє та зовнішнє. Аналіз зовнішнього середовища відноситься до аналізу можливостей та загроз, тоді як внутрішній аналіз зосереджується на аналізі сильних та слабких сторін компанії. Застосовуючи ці методи, підприємства отримують важливу екологічну інформацію, необхідну їм при формуванні бізнес-стратегії. Адекватний стратегічний аналіз як навколишнього, так і внутрішнього середовища є основою для успішного ведення бізнесу та виживання компанії на ринку [3].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження стратегічного аналізу бізнесу представлені в наукових працях М. Куннатур [1], С. Гаутам та співавторів [2], М. Ніколіч та Л. Стошич-Михайлович [3], Н. Чауке [4], Р. Мозер та співавторів [5], А. Лозано-Ньето [6], О. Ганадіоф та

співавторів [7], Т. Фільйо [8], Р. Крейцер [9], Р. Баласінгем [10] та ін. Проте технології та інструменти стратегічного аналізу з точки зору сучасності, а також нестабільного економічного стану України та невизначеності в світі на сьогодні є недостатньо вивченими та потребують подальших досліджень, що зумовлює актуальність статті.

Постановка завдання. Для того, щоб побачити повну картину актуального стану бізнесу, необхідно провести дослідження наступних бізнес-елементів: грошових та фізичних ресурсів, якості обслуговування клієнтів, технологій та інновацій, вхідної та виїзної логістики, проаналізувати наявні системи лідерства, управління талантами та людськими ресурсами тощо [4]. Мета даного дослідження – виявити головні переваги, які надає бізнесу стратегічний аналіз, описати фактори досягнення ефективного функціонування бізнесу та розкрити передумови виконання якісного стратегічного аналізу в сучасних умовах нестабільності та невизначеності. Дане дослідження сучасних технологій та інструментів стратегічного аналізу носить теоретичний характер та базується на ряді емпіричних досліджень, результати яких наведені в розділі “Обговорення”. Під час написання цієї статті було використано наступні методи дослідження: системний та логічний аналіз, метод порівняння, дедукція, класифікація та метод контент-аналізу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для прийняття правильних стратегічних рішень вищі керівники та особи, які приймають рішення, повинні вміти фільтрувати відповідні та впливові уявлення з інформаційних над-потоків, яким вони піддаються (рис. 1). Майже 30 років тому вчені вже визначили, що невідповідність між інформаційними вимогами компанії та способом її збору та обробки інформації збільшує ймовірність випадкового нехтування цінними факторами, відфільтрування важливої інформації або покладання на оманливі підказки. Останні дослідження емпірично підтвердили, що відповідність між різними рівнями інформаційних вимог компанії та її можливостями з обробки інформації призводить до вищого рівня стратегічних рішень, а згодом і до кращої діяльності фірми.

Дослідження в галузі стратегічного аналізу тривали багато років без залучення стратегії збору та обробки інформації, пов'язаної зі створенням конкурентних переваг. Більшість робіт у цій сфері зосереджено на відповіді на запитання: «Враховуючи стратегічне становище фірми, які дії їй слід вжити?» без звернення уваги на логічно попереднє запитання: Яку інформацію має зібрати фірма, щоб зрозуміти її актуальну стратегічну ситуацію?» [7]. Якщо фірми не збирають інформацію, необхідну для точної оцінки свого стратегічного становища, малоймовірно, що вони зможуть зробити стратегічний вибір, який зможе допомогти максимізувати прибуток. Для досягнення максимальної ефективності в сучасних нестабільних умовах необхідно проводити збір інформації з різноманітних джерел з метою подальшого її аналізу (табл. 1).

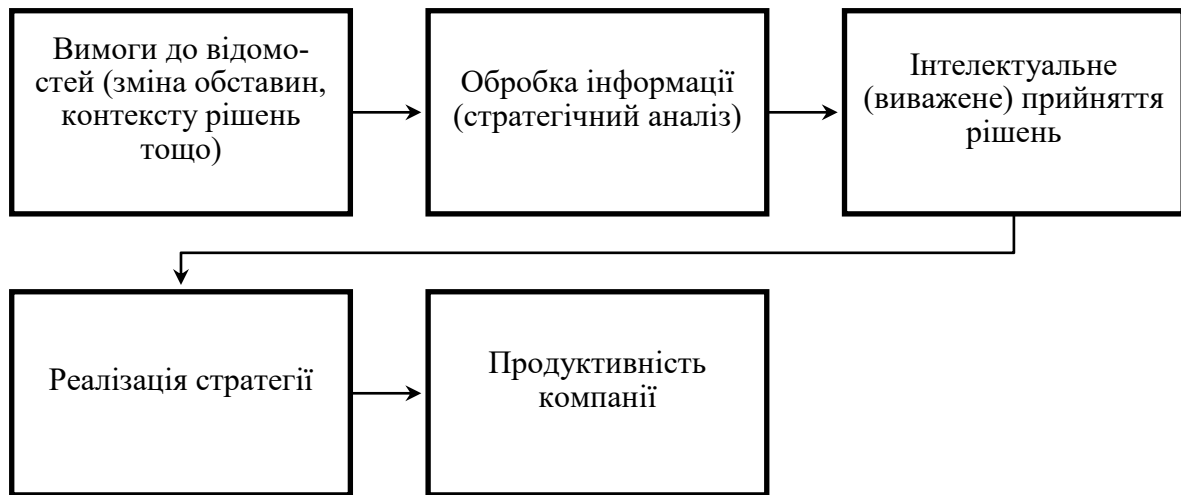


Рис. 1. Ключові елементи процесу прийняття рішень, що ведуть до продуктивності компанії

Таблиця 1

Інформаційні фактори досягнення ефективного функціонування бізнесу

Ефективність (стратегічна якість, що призводить до підвищення продуктивності) складається з:	
Підвищеного попиту на інформацію як вхідного матеріалу для створення стратегії методами стратегічного аналізу, тобто підвищення вимог до інтелекту у кризові періоди:	Величезного обсягу вхідної інформації (Big Data), доступної вищим керівникам, тобто підвищеного попиту на можливість обробки інформації:
Виклики VUCA: <ul style="list-style-type: none"> ● Нестабільність (Volatility) – високі та різні темпи змін у бізнес-контексті. ● Невизначеність (Uncertainty) – відсутність інформації про теперішній та / або майбутній бізнес-контекст. ● Складність (Complexity) – взаємозалежність між кількома елементами бізнес-контексту. ● Неоднозначність (Ambiguity) – відсутність чіткості щодо подій у бізнес-контексті. 	Джерела інформації в “інформаційну еру”: <ul style="list-style-type: none"> ● Звичайні ЗМІ та новини. ● Інформація про традиційний ринок / конкурентів. ● Канали в соціальних мережах. ● Великі дані та передова аналітика. ● Невеликі дані через експертів. ● Слабкі сигнали.

Джерело: складено автором

Існують форми стратегічного аналізу, спеціально розроблені, щоб дозволити індивідуальне застосування на рівні фірми, враховуючи вимоги окремих підрозділів, шляхом інтеграції двох вимірів: потенційної зміни зовнішнього середовища та ключових категорій ресурсів функції. Це передбачає наступні ітераційні кроки:

1. Обрати конкретний сценарій майбутнього бізнес-середовища або єдину тенденцію в інституційному середовищі та визначити наслідки для стратегії бізнес-одиниці фокусної компанії.

2. Обрати конкретний функціональний фокус (тобто післяпродажне обслуговування, закупівлі, людські ресурси тощо) бізнес-одиниці та визначити ті елементи стратегії бізнес-одиниці, які мають стратегічні наслідки для обраної функції.

3. Перетворити виявлені стратегічні наслідки з рівня стратегії бізнес-одиниці на обраний рівень функціональної стратегії.

4. Нарешті, виявити наслідки для людських, фізичних та технологічних ресурсів, організаційних структур, а також внутрішніх та зовнішніх зв'язків

обраної функції з визначених стратегічних наслідків.

5. Якщо потрібно, оцінити потенційні фінансові прогнози будь-яких виявлених наслідків для ресурсів функції, щоб надати прогноз щодо необхідного бюджету [8].

Цілі, яких компанії та її керівництву необхідно досягти з метою виконання якісного стратегічного аналізу: широке розуміння керівництвом компанії того, що збір та обробка даних справді стимулює створення конкурентних переваг; компанії повинні заздалегідь розуміти, як майбутнє бізнес-середовище буде формуватися в результаті таких подій, як глобалізація, автоматизація та цифровізація; розуміння та готовність до того, що контекстуальні зміни призводять до різних рівнів нестабільності, невизначеності, складності та неоднозначності; наявність контексту прийняття рішень, щоб допомогти керівництву компанії зрозуміти, з якою динамікою та якими аспектами у своєму бізнес-середовищі вона стикається, щоб визначити відповідні концепції та інструменти для адаптації своїх можливостей обробки даних у

майбутньому. Реалізація вищенаведених цілей полягає в наступному: визначити, чи існуючі рамки та інструменти є недостатніми, застарілими або невідповідними для майбутнього бізнес-контексту; обговорити, як майбутні зміни контексту можуть вимагати нових перспектив і концепцій аналізу для визначення майбутніх конкурентних переваг; отримати рекомендації та оцінки від різних зовнішніх експертів на контекстні зміни; визначити наявні дефіцити розуміння та необхідну інформацію у контексті рішень, які необхідно прийняти, наприклад адаптувати бізнес-модель до нового контексту.

Нарешті, усвідомлюючи наслідки своїх рішень, вищі керівники повинні знати, як перетворити інформацію на дії та розробити плани реалізації стратегічних ініціатив, що випливають із їхніх рішень. Для цього цілі необхідно розбити на своєчасні, засвоєні та визначені складові, доповнені дорожньою картою для узгодження повсякденної діяльності організації із загальними мандатами її стратегії. Загалом існує широкий спектр переконливих технологій та інструментів для виконання стратегічного аналізу. Первинний етап стратегічного аналізу можна почати з інструменту PEST або PESTLE, щоб краще зрозуміти відповідні проблеми макросередовища. Інший потужний інструмент стратегічного аналізу – це SWOT-аналіз. Крім того, класичний аналіз 5 сил Портера може бути інтегрований у SWOT-аналіз. Також можливим є використання порівняльного аналізу та аналізу ланцюжка створення вартості для подальшого покращення результатів компанії. Карта подорожей клієнтів може продемонструвати, де менеджер компанії може втрутитися, щоб покращити досвід постійних та потенційних клієнтів. Аналіз цифрової зрілості допомагає визначити статус-кво цифрової трансформації і показати важливі сфери потенційних дій [9]. На сьогоднішній день SWOT-аналіз залишається актуальним і допомагає у прийнятті стратегічних рішень багатьом керівникам та аналітикам, однак одна з його модифікацій – матриця TOWS – розглядається як концептуальна основа систематичного аналізу і значно полегшує процес прийняття стратегічних рішень. Аналіз SWOT та TOWS допомагає краще зрозуміти стратегічний вибір, який постає перед компанією. Він допомагає поставити та дати відповіді на такі запитання:

– Чи компанія використовує максимум своїх сильних сторін?

– Як компанія уникає своїх слабкостей?

– Чи компанія використовує свої можливості?

– Як компанія керує своїми загрозами?

Наступний крок аналізу, зазвичай пов'язаний із зовнішньо орієнтованою матрицею TOWS, допомагає подумати про варіанти, які компанія може застосувати. Для цього компанія узгоджує зовнішні можливості та загрози з внутрішніми сильними та слабкими сторонами компанії. Це допомагає визначити стратегічні альтернативи, які вирішують наступні додаткові питання:

– Сильні сторони та можливості – як компанія може використати свої сильні сторони, щоб скористатися можливостями?

– Сильні сторони та загрози – як компанія може скористатися сильною стороною компанії, щоб уникнути реальних та потенційних загроз?

– Слабкі сторони та можливості – як компанія може використати можливості компанії, щоб подолати ті слабкості, які вона відчуває?

– Слабкі сторони та загрози – як можна мінімізувати свої слабкі місця та уникнути загроз? [10].

Приклад заповненої матриці TOWS наведено у таблиці 2. Надана інформація стосується уявної компанії N і слугує кращому розумінню факторів, які можна віднести до сильних сторін компанії, слабких сторін компанії, а також можливостей та загроз.

Управління оцінкою мережі як унікальний підхід до стратегічного аналізу поставило під сумнів придатність системного аналізу для оцінки довгострокової, динамічної конкуренції між складними організаціями, і звернулося до більш якісних методів як аналітичних альтернатив. Розвиток обчислювальної техніки та методів моделювання за останні два десятиліття, особливо агентне моделювання, надає нові можливості для вирішення центральних аналітичних питань, які спонукали початковий розвиток чистої оцінки як відмінну практику стратегічного аналізу. Використовуючи агентне моделювання для моделювання та аналізу поведінки стратегічних, адаптивних, обмежено раціональних суб'єктів, які раніше розчаровували математичний аналіз, нове покоління обчислювальних моделей може надати можливість додати більшої чіткості до оцінки [11].

Результати стратегічного аналізу у вигляді стратегії, незалежно від того, наскільки добре вона сформульована, неефективні без людей у всій організації, які впроваджують означену стратегію на практиці. Невдача реалізації стратегії часто пояснюється тим, що команди на середньому та нижньому рівнях організації не слідує їй. Важливе значення для розвитку такої стратегічної прихильності (готовності докласти зусиль для реалізації стратегії) – це керівництво командних груп. Менеджери середнього та нижчого рівня відповідають за спілкування з командою та уточнення стратегії. Таким чином, професійне керівництво цих менеджерів команд несе нероздільну відповідальність за передачу стратегії дій на майбутнє для команди та організації, щоб переконати співробітників зробити свій внесок у реалізацію цього бачення, що відіграє ключову роль у реалізації наміченої стратегії. Далекоглядне керівництво безпосередньо говорить про створення стратегічних зобов'язань, оскільки воно зосереджене на спонуканні до досягнення стратегічного бачення [12].

Приклад матриці TOWS

	Сильні сторони	Слабкі сторони
	1. Бізнес-модель прямих продажів та онлайн-продажів. 2. Можливість кастомізації товару клієнтом. 3. Ефективний процес управління ланцюгами поставок. 4. Неорганічна структура зростання. 5. Продажі від бізнесу до бізнесу (B2B). 6. Надання хорошого обслуговування клієнтам як до, так і після продажу товару. 7. Відома торгова марка. 8. Лідерство, ефективна система управління та приватна форма власності. 9. Різноманітна номенклатура товарів. 10. Відносно велика частка ринку. 11. Партнерство з великою корпорацією.	1. Через низькі витрати на НДДКР (Науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи) відсутні конкурентні переваги та інновації у продуктах. 2. Деякі аспекти лідерства та управління. 3. Фінансовий борг. 4. Дохід компанії від освіти та університетів становить лише 5% від загального обсягу продажів, хоча товари компанії можуть використовуватися в освітньому процесі. 5. Клієнти не можуть звертатися до роздрібних продавців, оскільки компанія має обмежену кількість роздрібних точок продажу та продавців. Покупці не можуть фізично торкатися чи бачити продукт, який вони хочуть придбати.
Можливості	Можливості – сильні сторони	Можливості – слабкі сторони
1. Економічне зростання компанії. 2. Зростання продажів в Інтернеті. 3. Розвиток і використання нових технологій.	1. Розробка та прийняття стратегій економіки ведення бізнесу, що розвивається. 2. Використання можливостей технічного налаштування продукції компанії та інтеграція у всі можливі продукти. 3. Використання відомої назви бренда та глобальної присутності, щоб продовжувати розвивати портфелі продуктів.	1. Збільшення витрат на НДДКР та новий портфель продуктів. 2. Продовження скорочення витрат та збільшення продажів з одночасним впровадженням онлайн-платформи. Зі збільшенням роздрібною торгівлі в Інтернеті компанія могла б продовжувати збільшувати свої продажі, водночас застосовуючи більш економічно ефективну онлайн-стратегію.
Загрози	Загрози – сильні сторони	Загрози – слабкі сторони
1. Патенти, авторські права та дизайн. 2. Фінансова рецесія. 3. Інтернет-залежність. 4. Життєвий цикл галузі. 5. Конкуренція.	1. Використання раніше прийнятого неорганічного зростання для розширення із загрозою можливої конкуренції та / або придбання фірм у різних галузях. 2. Використання міцного іміджу бренда та партнерства з великою корпорацією для розробки портфолію та інших профільних продуктів.	1. Перегляд цінової стратегії на тлі конкуренції, отримання конкурентних переваг. 2. Цільові навчальні заклади, створення більшої клієнтської бази та залучення великого відсотка ринку.

Джерело: складено автором

Крім впливу керівництва, реалізація стратегії дій залежить від культури в компанії та колективі, що проявляється обставинним чином як змінна, що формує внутрішньо- та міжорганізаційну колективну поведінку в умовах швидких, багатонаціональних конфліктних змін на рівні кризи. Внутрішні та зовнішні контекстуальні фактори визначають інтенсивність та помітність цієї цінності в організації. Цінності – це індивідуальні та колективні активні суб'єкти для досягнення кінцевого результату у

вигляді реалізації стратегії. Норми відрізняються від цінностей тим, що вони відображають принципи поведінкових моделей, які можуть бути явними або прихованими, що проявляються як поведінкові установки. Таким чином відбувається концептуалізація актуальності політики, що визначає різницю в нормах та цінностях. Критикуючи економічний націоналізм з точки зору організаційного менеджменту, необхідно ініціювати обговорення наслідків для керівництва щодо примирення цих

культурних відмінностей як національних цінностей серед багатонаціональних співробітників щодо спілкування між персоналом. Міжкультурне/міжнародне сприйняття інших культур, зокрема стереотипи, є частиною виклику для ефективної лідерської комунікації в мультикультурному/багатонаціональному організаційному середовищі, особливо в кризові та нестабільні економічні періоди, коли є попит на проведення стратегічного аналізу [13].

Чи є комплексність стратегічних рішень вигідною для фірм? Незважаючи на значну емпіричну увагу до цього дослідницького питання, суперечливі результати не дозволили сформувати глибоке розуміння. Щоб допомогти галузі рухатися вперед, необхідно вирішити давні суперечки, що стосуються того, чи всебічність вигідна для фірм і чи динаміка навколишнього середовища посилює чи зменшує її вплив. Після проведеного мета-аналізу 37 досліджень можна надати найбільш остаточні докази щодо стратегічної цінності комплексності прийняття рішень. Результати показують, що комплексність стратегічних рішень та організаційні результати позитивно пов'язані у значній мірі, коли використовуються суб'єктивні показники результатів, а також, що динамічність навколишнього середовища не має помірного впливу на зв'язок цієї комплексності та результатів. Крім того, результати вказують на те, що стратегії вимірювання та методологічний вибір могли насамперед впливати на ефективність комплексності стратегічних рішень, про яку повідомляється у літературі. Також можна висловити припущення, що давні ідеї, пов'язані з модеруванням ефектів динамізму, не виконуються [14].

У міру того, як бізнес-середовище стає все більш бурхливим, фірми замислюються, як стати більш гнучкими у перерозподілі чи перенастроюванні ресурсів, процесів та стратегій, щоб реагувати на виклики більш ефективно та результативно. У цьому контексті залишається невирішеним питання, чи можуть і як інформаційні технології (ІТ) підтримувати стратегічну гнучкість. Висловлюючи теорію, що фірми, які використовують ІТ для підтримки основних компетенцій, відчують покращену стратегічну гнучкість, що може підвищити їх ефективність, необхідно зазначити, що ці наслідки залежать від форми та характеру ІТ-інфраструктури фірми, а також від її типу власності – державної чи приватної. Використовуючи дані відповідного опитування керівників ІТ та бізнесу в 148 китайських виробничих фірмах, було виявлено позитивні та значні зв'язки між підтримкою ІТ основних компетенцій та стратегічною гнучкістю, а також між стратегічною гнучкістю та результатами діяльності фірми. Отримані результати показують, що вплив ІТ-підтримки основних компетенцій на продуктивність частково опосередковується стратегічною гнучкістю і що ІТ-інфраструктура позитивно пом'якшує зв'язок між ІТ-підтримкою основних компетенцій та стратегічною гнучкістю. Однак було відзначено, що державні компанії рідше застосовують ІТ-додатки для збору та аналізу

ринкової інформації і таким чином відмовляються від можливостей для досягнення стратегічної гнучкості та підвищення ефективності діяльності компанії [15].

Продуктивність та конкурентоспроможність виробничих компаній залежать від наявності, надійності та продуктивності їх виробничих потужностей. Низька продуктивність, простоті та поганий технічний стан машин часто пов'язані з неналежним обслуговуванням заводу, що, у свою чергу, може призвести до скорочення рівня виробництва, збільшення витрат, втрати ринкових можливостей та зниження прибутку. Цей тиск дав компаніям у всьому світі мотивацію досліджувати та застосовувати стратегії активного обслуговування над традиційними реактивними методами вирішення вже існуючої проблеми. Традиційний погляд на технічне обслуговування перетворився на загальний погляд, який охоплює Загальну Ефективність Обладнання, управління зацікавленими сторонами та оцінку життєвого циклу. З практичної точки зору це вимагає змін у підході до технічного обслуговування, представленого менеджерами, та змін у діях, що виконуються в зоні обслуговування. Керівники повинні розуміти, що технічне обслуговування - це не лише ремонт та консервація машин та пристроїв, а й дії, спрямовані на більш ефективне управління ресурсами та турботу про безпеку та здоров'я працівників. Для того, щоб визначити можливості та сильні сторони процесу обслуговування, отримати від них максимальну користь, а також виявити слабкі місця та загрози, щоб їх можна було усунути або мінімізувати, а також окреслити дії, спрямовані на більш ефективне управління ресурсами та турботу про безпеку та здоров'я працівників, найчастіше необхідно вжити заходів стратегічного аналізу на основі SWOT-аналізу [16].

Результати стратегічного аналізу переважно охоплюють виробничі процеси в компаніях. Зазвичай проблема підприємств полягає в складності синхронізації всіх видів діяльності, операцій та використання обладнання зі зменшенням усіх можливих витрат і дефектів. Тому належне використання всього виробничого/технологічного обладнання є пріоритетом. Виробничі втрати стають справжньою причиною інвестицій у відділ технічного обслуговування промислових підрозділів. Різні версії усталених концепцій визначають "Технічне обслуговування" як "ремонт обладнання", але це поняття охоплює старі та обмежені судження. Таким чином, "ремонт обладнання" пов'язує стратегії технічного обслуговування лише як функцію профілактичного технічного обслуговування, прогнозного технічного обслуговування та технічного обслуговування. На базовому рівні було впроваджено поняття Загальної Ефективності Обладнання, однак деякі промислові галузі ще не знають про потенційні переваги цього стратегічного інструменту. Підходи до підвищення якості та продуктивності згідно з цією моделлю розробляються на основі управління часом та аналізу витрат виробництва для отримання оптимального результату з наявних ресурсів. Загальна Ефективність Обладнання – це інструмент

теорії Повного Продуктивного Обслуговування, без якого ефективно використання ресурсів є складним завданням. Загальна Ефективність Обладнання однозначно і логічно підтримує точку зору ефективності, але також збільшує термін служби обладнання за допомогою вдосконалення та моніторингу операцій з технічного обслуговування та діяльності [17].

Оцінка діяльності фірми є важливим аспектом процесу стратегічного управління. Найпростішою методикою оцінки діяльності фірми є аналіз бухгалтерських показників для оцінки якості поточної стратегії фірми, можливостей виконання та конкурентної позиції, що впливає з цього [18].

Як галузь знань стратегія викладається і практикується більше ніж півстоліття. Проте досі існує явна відсутність консенсусу щодо ефективності стратегії в державних адміністраціях. Однак стверджується, що в епоху управління, орієнтованого на результати, громадські лідери повинні обрати підхід до стратегії на основі процесів. При цьому акцент необхідно робити на складності стратегічних процесів, які дають змогу підтримувати інституції, що служать загальному благу та загальним інтересам, і які надають державні послуги з використанням результатів громадських дій. З точки зору процесу стратегія державного управління передбачає, що аналітики та громадські лідери повинні бути більш обізнаними щодо особливостей державних інституцій. Зокрема, необхідне глибоке знання способів взаємодії державних службовців з основоположними цінностями, структурами, нормативними рамками та адміністративними інструментами державних адміністрацій [19].

Було проведено оцінювання того, чи сприймають муніципальні менеджери стратегічне планування як найбільш корисне, якщо воно інтегровано в обов'язкові сфери чи процеси фінансового планування або проводиться у процесах з окремими документами стратегічного планування. Незважаючи на те, що це поширені на практиці процедури, які протягом десятиліть широко обговорюються в науковому дискурсі, нинішні дослідження мають мало емпіричних підстав для надання порад політикам та державним керівникам щодо такого спільного вибору дизайну. Багаторазовий регресійний аналіз 128 норвезьких муніципалітетів показує, що використання добровільного окремого документа стратегічного планування було пов'язане з користю стратегічного планування для вищого керівництва. Інтеграція стратегічного планування в інші процеси управління також була пов'язана з усвідомленою корисністю стратегічного планування. Несподівано використання обов'язкових планових документів (таких як чотирирічні фінансові плани та довго-строкові плани районів) як основних документів стратегічного планування, формальність та залучення зацікавлених сторін до процесів планування не було пов'язане з уявною корисністю стратегічного планування.

Планування, і, зокрема, офіційне стратегічне планування, часто критикується як науковцями, так і практиками як марне у періоди, коли середовище

невизначене та бурхливе, а також за те, що ресурси організації вичерпуються з інших важливих управлінських завдань. Однак багато муніципалітетів добровільно підготували окремі документи стратегічного планування, і вище керівництво муніципалітету визнало ці плани більш корисними, ніж використання обов'язкових фінансових планів або планів районів як основних документів стратегічного планування [20].

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Стратегічний аналіз – це ефективний і роками перевірений інструмент підвищення дохідності компанії. Результат стратегічного аналізу може допомогти виявити слабкі сторони в роботі компанії або розкрити прихований потенціал. Таким чином, результатом проведеного стратегічного аналізу завжди має бути ряд дій, спрямованих на оптимізацію ресурсів або збільшення об'ємів виробництва / продажів, тобто, іншими словами, – на збільшення маржинальності продукції.

У процесі дослідження було проведено детальний аналіз вищезазначених тем і зроблено наступні висновки:

1. Переваги стратегічного аналізу полягають в тому, що за допомогою цього інструменту можна провести повне та всеосяжне дослідження роботи компанії, її активів, диверсифікованих пакетів, людських ресурсів тощо та отримати найбільш повне уявлення про актуальне становище компанії.

2. Фактори досягнення ефективного функціонування бізнесу включають у себе якісне проведення стратегічного аналізу, розробку стратегічного плану та послідовне дотримання пунктів розв'язку, зазначених у плані дій.

3. Головними передумовами виконання якісного стратегічного аналізу в сучасних умовах нестабільності та невизначеності є готовність (психологічна та ресурсна) керівництва компанії до повного і глобального моніторингу справ компанії та її стану, з подальшим визначенням слабких сторін компанії.

Сучасні методи стратегічного аналізу являють собою сукупність перевірених інструментів та технологій стратегічного аналізу, які використовуються аналітиками та керівниками компаній “пакетом”, тобто стратегічний аналіз можна назвати таким, що дає достовірні результати лише в тому випадку, коли для його виконання було використано декілька технологій та інструментів стратегічного аналізу, а результати було поєднано за допомогою методу синтезу. В майбутньому рекомендується проведення експериментального лонгitudного дослідження цієї гіпотези із залученням професійних бізнес-аналітиків та тестовою і контрольною групами компаній.

Стратегічний аналіз проводиться на ранніх етапах процесу стратегічного управління, оскільки інформація, яку він розкриває, допомагає менеджерам приймати правильні рішення пізніше. Інформація, отримана в результаті стратегічного аналізу, дуже важлива для підприємців під час написання бізнес-планів для своїх проєктів (тобто перед

створенням проектів), тому що це допомагає їм зрозуміти, чи є їхня бізнес-ідея життєздатною, а також допомагає знайти найкращий спосіб перемогти конкурентів і залучити нових клієнтів, щоб збільшити шанси компанії на успіх. Таким чином, перспективи стратегічного аналізу ще довго не будуть вичерпані, і наразі доцільно звернути увагу на більш детальне дослідження теми зв'язку стратегічного аналізу зі стратегічним управлінням і людським фактором у результаті дій, спрямованих на підвищення ефективності бізнесу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Kunnathur M. Strategic Analysis of SONY inc. URL: https://www.researchgate.net/publication/345985664_Strategic_Analysis_of_SONY_inc.
2. Gautam S., Sharma N., Gautam B., Gautam D. Strategic analysis models and strategic analysis for edible oil industry. SSRN Electronic Journal. 2019. Vol. 6, No. 1. P. 1080-1084.
3. Nikolic M., Stosic-Mihajlovic L. Strategic analysis of the business of the enterprise. Trends in Business. 2020. Vol. 8, No. 1. P. 28-36.
4. Chauke N. Current critical strategic analysis of renewable energy. Master of Business Administration. Cardiff : University of South Wales, 2021.
5. Moser R., Rengarajan S., Narayanamurthy G. Decision intelligence: Creating a fit between intelligence requirements and intelligence processing capacities. IIM Kozhikode Society & Management Review. 2021. Vol. 10, No. 2. P. 160-177.
6. Lozano-Nieto A. Program-level strategic planning for electrical engineering technology programs. The International Journal of Electrical Engineering & Education. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0020720920953129>.
7. Ghanadiouf O., Miremadi A., Mohammadian M. Strategic planning and strategic analysis of the food industry using SWOT. Scientific Research Journals in Management and Social Studies. 2021. Vol. 2, No. 23. P. 14-33.
8. Filho T. A model for strategic analysis in wood treatment companies. Research Society and Development. 2020. Vol. 9, No. 11.
9. Kreutzer R. Toolbox for marketing and management. Cham : Springer, 2019.
10. Balasingham R. Strategic analysis of Dell Inc. Comparative Strategy. 2021. Vol. 2. 1-8.
11. Frank A. Toward computational net assessment. The Journal of Defense Modeling and Simulation: Applications, Methodology, Technology. 2017. Vol. 14, No. 1. P. 79-94.
12. Ates N., Tarakci M., Porck J., Knippenberg D., Groenen P. The dark side of visionary leadership in strategy implementation: Strategic alignment, strategic consensus, and commitment. Journal of Management. 2020. Vol. 46, No. 4. P. 637-665.
13. Dedominicis B. Multinational enterprises and economic nationalism: A strategic analysis of culture. Global Journal of Business Research. 2021. Vol. 15, No. 1. P. 19-66.

14. Samba C., Tobesh P., Thanos I., Papadakis V. Method in the madness? A meta-analysis on the strategic implications of decision comprehensiveness. Strategic Organization. 2021. Vol. 19, No. 3. P. 414-440.

15. Chen Y., Wang Y., Nevo S., Benitez J., Kou G. Improving strategic flexibility with information technologies: Insights for firm performance in an emerging economy. Journal of Information Technology. 2017. Vol. 32, No. 1. P. 10-25.

16. Jasiulewicz-Kaczmarek M., Stachowiak A. Maintenance process strategic analysis maintenance process strategic analysis. Iasi : ModTech International Conference, 2016.

17. Singh S., Khamba J., Singh D. Analysis and directions of OEE and its integration with different strategic tools. Journal of Process Mechanical Engineering. 2021. Vol. 235, No. 2. P. 594-605.

18. Carter W. Tackling weaknesses in students' financial analysis capabilities: A value-based exercise for strategic management courses. Management Teaching Review. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2379298120909513>.

19. Mazouz B., Rousseau A., Hudon P. Strategic management in public administrations: a results-based approach to strategic public management. International Review of Administrative Sciences. 2016. Vol. 82, No. 3. P. 411-417.

20. Johnsen A. Does formal strategic planning matter? An analysis of strategic management and perceived usefulness in Norwegian municipalities. International Review of Administrative Sciences. 2021. Vol. 87, No. 2. P. 380-398.

REFERENCES

1. Kunnathur, M. (2019), Strategic Analysis of SONY inc., available at: https://www.researchgate.net/publication/345985664_Strategic_Analysis_of_SONY_inc.
2. Gautam S., Sharma N., Gautam B. and Gautam D. (2019), Strategic analysis models and strategic analysis for edible oil industry, SSRN Electronic Journal, 6(1), 1080-1084.
3. Nikolic M. and Stosic-Mihajlovic L. (2020), Strategic analysis of the business of the enterprise, Trends in Business, 8(1), 28-36.
4. Chauke N. (2021), Current critical strategic analysis of renewable energy, Master of Business Administration, University of South Wales, Cardiff.
5. Moser R., Rengarajan S. and Narayanamurthy G. (2021), Decision intelligence: Creating a fit between intelligence requirements and intelligence processing capacities, IIM Kozhikode Society & Management Review, 10(2), 160-177.
6. Lozano-Nieto A. (2020), Program-level strategic planning for electrical engineering technology programs, The International Journal of Electrical Engineering & Education, available at: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0020720920953129>.
7. Ghanadiouf O., Miremadi A. and Mohammadian M. (2021), Strategic planning and strategic analysis of the food industry using SWOT, Scientific Research

Journals in Management and Social Studies, 2(23), 14-33.

8. Filho T. (2020), A model for strategic analysis in wood treatment companies, *Research Society and Development*, 9(11), 5-7.

9. Kreutzer R. (2019), *Toolbox for marketing and management*, Springer, Cham.

10. Balasingham R. (2021), Strategic analysis of dell Inc., *Comparative Strategy*, 2, 1-8.

11. Frank A. (2017), Toward computational net assessment, *The Journal of Defense Modeling and Simulation: Applications, Methodology, Technology*, 14(1), 79-94.

12. Ates N., Tarakci M., Porck J., Knippenberg D. and Groenen P. (2020), The dark side of visionary leadership in strategy implementation: Strategic alignment, strategic consensus, and commitment, *Journal of Management*, 46(4), 637-665.

13. Dedominicis B. (2021), Multinational Enterprises and Economic Nationalism: A Strategic Analysis of Culture, *Global Journal of Business Research*, 15(1), 19-66.

14. Samba C., Tobesh P., Thanos I. and Papadakis V. (2021), Method in the madness? A meta-analysis on the strategic implications of decision comprehensiveness, *Strategic Organization*, 19(3), 414-440.

15. Chen Y., Wang Y., Nevo S., Benitez J. and Kou G. (2017), Improving strategic flexibility with information technologies: Insights for firm perfor-

mance in an emerging economy, *Journal of Information Technology*, 32(1), 10-25.

16. Jasiulewicz-Kaczmarek M. and Stachowiak A. (2016), Maintenance process strategic analysis maintenance process strategic analysis, *ModTech International Conference*, Iasi.

17. Singh S., Khamba J. and Singh D. (2021), Analysis and directions of OEE and its integration with different strategic tools, *Journal of Process Mechanical Engineering*, 235(2), 594-605.

18. Carter W. (2020), Tackling weaknesses in students' financial analysis capabilities: A value-based exercise for strategic management courses, *Management Teaching Review*, available at: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2379298120909513>.

19. Mazouz B., Rousseau A. and Hudon P. (2016), Strategic management in public administrations: a results-based approach to strategic public management, *International Review of Administrative Sciences*, 82(3), 411-417.

20. Johnsen A. (2021), Does formal strategic planning matter? An analysis of strategic management and perceived usefulness in Norwegian municipalities., *International Review of Administrative Sciences*, 87(2), 380-398.

Стаття надійшла до редакції 06 грудня 2021 року

УДК 347.451.031

Траченко Л. А.,

auditor.kandidat@ukr.net,

ORCID ID: 0000-0002-5505-1345, Researcher ID: B-4175-2015,

д.е.н., доц., професор кафедри економіки, права та управління бізнесом, Одеський національний економічний університет, м. Одеса

ПРОБЛЕМИ ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

***Анотація.** У статті доведено, що інтеграція України в Європейський Союз супроводжується низкою проблем, пов'язаних із впровадженням європейських стандартів для забезпечення ефективного захисту прав споживачів. Обґрунтовано, що недостатній рівень інформування громадян з боку державних інституцій щодо їхніх прав при взаємодії зі сферою торгівлі, послуг, робіт призводить до зростання кількості скарг, порушення прав споживачів. Доведено, що захист прав споживачів є засобом досягнення ключових економічних результатів суб'єктами господарювання, який потребує вирішення нагальних проблем у цій сфері, подальшого розвитку та вдосконалення. Розглянуто основні чинники, які впливають на рівень захисту прав споживачів в Україні. Акцентовано увагу на думках різних вчених щодо проблем, пов'язаних із гармонізацією українського законодавства щодо захисту прав споживачів з Директивами ЄС у цьому контексті. Обґрунтована доцільність класифікації прав споживачів на загальні та спеціальні як засобу для забезпечення ефективних євроінтеграційних процесів, удосконалення законодавства України щодо захисту прав споживачів. Наголошено на доцільності прийняття нової редакції Закону України "Про захист прав споживачів", що спрямована на запровадження в Україні європейських стандартів захисту прав споживачів, створення рівних умов для здійснення електронної торгівлі та чесної конкуренції. Виявлено невідповідність поняття "нечесна підприємницька практика" в українському законодавстві з поняттям "несправедлива комерційна практика" за Директивою № 2005/29/ЄС, що ускладнює гармонізацію вітчизняного законодавства з правовою системою Європейського Союзу. Запропоновано приведення переліку прикладів оманливих та агресивних практик, що регламентовані Законом України "Про захист прав споживачів" у відповідність до переліку, що міститься в Додатку 1 до Директиви № 2005/29/ЄС.*

Ключові слова: захист прав споживачів, євроінтеграція, Європейський Союз, гармонізація законодавства, нечесна підприємницька практика.

Trachenko L. A.,

auditor.kandidat@ukr.net,

ORCID ID: 0000-0002-5505-1345, Researcher ID: B-4175-2015,

Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Economics, Law and Business Management, Odesa National University of Economics, Odesa

PROBLEMS OF CONSUMER PROTECTION IN UKRAINE IN THE CONDITIONS OF EUROPEAN INTEGRATION PROCESSES

***Abstract.** The article proves that Ukraine's integration into the European Union is accompanied by a number of problems related to the implementation of European standards to ensure effective consumer protection. It is substantiated that the insufficient level of informing citizens by state institutions about their rights in cooperation with trade, services and works leads to an increase in the number of complaints as well as violation of consumer rights. It has been proven that consumer protection is a mean of achieving key economic results by economic entities, which requires solving urgent problems in this area, further development and improvement. The main factors influencing the level of consumer protection in Ukraine are considered. Attention is focused on the opinions of various scholars on the issues related to the harmonization of Ukrainian legislation on consumer protection with EU Directives in this context. The expediency of classification of consumer rights into general and special as a means to ensure effective European integration processes, improvement of Ukrainian legislation on consumer protection is substantiated. Emphasis was placed on the expediency of adopting a new version of the Law of Ukraine "On Consumer Protection", aimed at introducing European standards of consumer protection in Ukraine, creating a level playing field for e-commerce and*

fair competition. The inconsistency of the concept of "unfair business practices" in Ukrainian legislation with the concept of "unfair commercial practices" under Directive 2005/29 / EU, which complicates the harmonization of domestic legislation with the legal system of the European Union was determined. It is proposed to bring the list of examples of deceptive and aggressive practices regulated by the Law of Ukraine "On Consumer Protection" in line with the list contained in Annex 1 to Directive № 2005/29 / EU.

Key words: consumer rights protection, European integration, European Union, harmonization of legislation, dishonest business practices.

JEL Classification: D18, K13

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2021-65-06>

Постановка проблеми. Забезпечення захисту прав споживачів є важливою правовою гарантією добросовісної підприємницької діяльності будь-яких бізнес-структур. Незважаючи на те, що Україна є однією з перших держав пострадянського простору, де було прийнято Закон України “Про захист прав споживачів”, на сьогодні вона не забезпечує якісний європейський рівень вирішення питань щодо захисту прав споживачів. Інтеграція України в Європейський Союз супроводжується низкою проблем, пов’язаних із впровадженням міжнародних стандартів щодо систем управління якістю та європейських стандартів для забезпечення ефективного захисту прав споживачів. Процес ринкових перетворень супроводжується ускладненням таких явищ, як інфляція та підвищення цін, низьким рівнем доходності населення та його соціального захисту, наявністю випадків нечесної підприємницької діяльності. Очевидною є необхідність застосування ефективних економічних важелів, спроможних усунути негативні явища для досягнення певних економічних результатів як окремих суб’єктів господарської діяльності, так і країни загалом. З іншого боку, недостатній рівень обізнаності та інформування громадян з боку державних інституцій щодо їхніх прав при взаємодії зі сферою торгівлі, послуг, робіт призводить до зростання кількості скарг, порушення прав споживачів. Саме тому захист прав споживачів є правовим інститутом, засобом досягнення ключових економічних результатів суб’єктами господарювання, який потребує вирішення нагальних проблем у цій сфері, подальшого розвитку та вдосконалення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження питань сфери захисту прав споживачів та формування дієвих організаційно-економічних важелів розвитку торгівлі зробили такі вчені, як М. В. Парасюк, Є. І. Конак, В. О. Хижняк, О. П. Письменна, О. Ю. Черняк, Г. С. Пілігрим, Л. М. Сатир, Л. І. Стаднік, А. В. Непочатенко, М. С. Машиністова та інші. М. В. Парасюк наводить характеристику нормативно-правових документів, що регламентують захист прав споживачів, та наводить приклад співпраці України та ЄС у цій сфері. Є. І. Конак виділяє передумови формування системи українського споживчого законодавства та формулює теоретичне підґрунтя правового регулювання захисту прав споживачів у формі принципів. В. О. Хижняк аналізує основні проблеми сфери

захисту прав споживачів в Україні у контексті наближення чинного законодавства країни до законодавства Європейського Союзу. Л. М. Сатир, Л. І. Стаднік, А. В. Непочатенко досліджують економічні та правові аспекти захисту прав споживачів у системі торговельних відносин.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на суттєві дослідження вчених, на наш погляд, доцільно більше уваги приділити вивченню проблемних питань у сфері захисту прав споживачів у період євроінтеграційних процесів в Україні. Це є нагальною темою сьогодення, яка потребує подальших досліджень і формування дієвих механізмів вирішення проблем у сфері захисту прав споживачів.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження проблем щодо захисту прав споживачів в умовах євроінтеграційних процесів в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. У контексті забезпечення секторальної співпраці Європейського Союзу (ЄС) і України, що передбачена Угодою про Асоціацію між ЄС та Україною, актуальним питанням є захист прав споживачів. Метою співробітництва є наближення чинного законодавства України до законодавства Європейського Союзу для гарантування права споживачів на якісну і безпечну для життя і здоров’я продукцію, а також усунення певних “прогалів” між європейськими та українськими системами захисту прав споживачів [1]. Незважаючи на це, з часу отримання Україною незалежності фактично зберігся застарілий підхід до побудови та розвитку системи захисту прав споживачів, коли у відповідній сфері переважають контрольні-наглядові функції держави з фіксацією фактичного становища щодо порушення прав споживачів на внутрішньому ринку [2].

Крім того, враховуючи євроінтеграційні наміри нашої держави, слід звернути увагу й на особливості захисту прав споживачів у ЄС. Так, захист прав споживачів відбувається через низку нормативно-правових актів, яких налічується більше сотні як в ЄС, так і в Україні. Ці акти вибудовані в певну ієрархічну систему та є взаємопов’язаними між собою [3]. Очевидним є те, що Положення про заборону недобросовісних (нечесних) комерційних практик в чинному законодавстві України дуже схожі з правовими аспектами ЄС. Наприклад, згідно зі ст. 19 Закону України “Про захист прав споживачів” заборонена нечесна підприємницька

практика, яка охоплює багато напрямів, пов'язаних із оманною споживачів, що містяться в Додатку 1 до Директиви № 2005/29/ЄС. Проте доцільно наголосити, що не всі обов'язкові положення Директиви № 2005/29/ЄС відображені в українському законодавстві щодо захисту прав споживачів. Так, наприклад, поняття “нечесна підприємницька практика” за Законом України “Про захист прав споживачів” (ст. 19) не відповідає поняттю “несправедлива комерційна практика” за Директивою № 2005/29/ЄС. На нашу думку, для забезпечення гармонізації з Директивою № 2005/29/ЄС доцільним є приведення переліку прикладів оманливих та агресивних практик, що регламентовані Законом України “Про захист прав споживачів” у відповідність до переліку, що міститься в Додатку 1 до Директиви № 2005/29/ЄС.

Для забезпечення ефективних євроінтеграційних процесів, удосконалення законодавства України щодо захисту прав споживачів Черняк О. Ю. пропонує класифікацію прав споживачів на загальні та спеціальні, вклавши у дослідження весь досвід законодавства Європейського Союзу в цій сфері. Автор пропонує їх поділ за динамікою розвитку правовідносин за участю споживача [4]:

а) загальні права споживача:

- право на інформацію про продукцію;
- право на належну якість продукції;
- право на безпеку продукції;
- право на гарантійне та післягарантійне обслуговування продукції;

- право на захист.

б) спеціальні права:

- права споживача при купівлі товарів;
- права споживача при виконанні робіт, наданні послуг.

На думку Пілігрим Г. С., найважливішими проблемами на українському ринку, з якими стикаються споживачі, залишаються: вільний вхід на ринок товарів як вітчизняного, так і закордонного виробника та їхніх продавців; непогодженість діяльності органів державного контролю й неінформованість споживача про результати їхньої діяльності; неповне нормативне забезпечення сфери захисту прав споживачів; відсутність інформаційного забезпечення споживачів про можливі способи обману, підробок тих або інших товарів, що ускладнює компетентний вибір покупцем товарів, виявлення ним при цьому різного роду обману, фальсифікацій за допомогою надійних і доступних експресних методів. У зв'язку з актуальністю проблем, що виникають, сьогодні, як ніколи, кожному споживачеві необхідні державна підтримка та захист від цих негативних явищ [5].

Щодо національного рівня захисту прав споживачів, то загалом можна виділити такі основні чинники, які впливають на рівень захисту прав споживачів:

- недосконале законодавство;
- недостатнє фінансування, матеріально-технічна та кадрова база;
- відсутність навчання споживачів;

- непоінформованість споживачів щодо своїх прав;

- бездіяльність центральних та місцевих органів влади та органів місцевого самоврядування щодо реалізації прав та інтересів споживачів;

- корупція в органах влади;

- недовіра громадян [6].

Конак Є. І. наголошує, що в суспільстві масового споживання перестає бути провідною основна функція споживання – підтримка життєдіяльності. Споживання стає шкідливою залежністю, ознакою належності до престижних соціальних груп. Ідея про можливість досягнення соціальної переваги через споживання переконує споживача у тому, що потреба задовольняється процесом купівлі, а не товаром, який купується. Усвідомлюючи загрозу здоров'ю підростаючому поколінню, нагальною стає проблема вирішення питань, що мають на меті:

– суттєве підвищення поінформованості споживачів про шкідливі властивості і наслідки вживання нездорової їжі, звернувши особливу увагу на просвіту молоді;

– сприяння формуванню в суспільстві культури споживання, включаючи здорове та збалансоване харчування; створення сприятливих умов для розвитку соціальної відповідальності бізнесу;

– стимулювання розробки, виробництва і маркетингу “здорових” харчових продуктів, переважно натуральних; посилення діяльності державного контролю та нагляду за виробниками і торговельними організаціями щодо надання споживачам всебічної інформації для прийняття рішення на користь вибору “здорової” їжі; надання всебічної допомоги в створенні національної політики у галузі раціонального харчування та підвищення якості життя людей [7].

У період фінансової кризи проблема захисту прав споживачів набула особливої гостроти й актуальності. В Україні застосування санкцій до продавців і виробників неякісної продукції зазвичай не дає ніякого результату; сплативши штраф, вони й надалі продовжують свою небезпечну для життя і здоров'я покупців діяльність. Тому дуже важливо, щоб кожен споживач знав усі можливі шляхи та способи захисту своїх прав, адже це має безпосередній вплив на підвищення якості товарів і послуг у нашій державі [8].

Згідно з вимогами Закону України “Про захист прав споживачів” “споживач має право вимагати від продавця (виробника, виконавця), щоб якість придбаного товару (виконаної роботи, наданої послуги) відповідала вимогам нормативних документів, умовам договору, а також інформації про товари (роботи, послуги), яку надає продавець (виробник, виконавець). Придбаний товар (робота, послуга) має бути якісним та безпечним для життя і здоров'я кожної людини” [9]. Проте мають місце факти невиконання зазначених вимог законодавства. Перш за все це відбувається з причини відсутності цілісної системи державного контролю, що призводить до нечесної підприємницької діяльності, яка заборонена законодавством України про захист прав споживачів.

Сьогодні внутрішній споживчий ринок країни є більш ризикований та небезпечний для споживачів, порушення прав яких набули масового характеру. Більшість суб'єктів господарювання (виробників) втрачають свою конкурентоспроможність. Як наслідок, поширення на внутрішньому ринку небезпечної продукції та продукції неналежної якості стає все більш загрозливим для здоров'я і життя населення [2].

Зважаючи на катастрофічний стан захисту прав споживачів в Україні, невідповідність вимогам європейських стандартів у цьому контексті, державні інституції розглядають можливість прийняття нової редакції Закону України "Про захист прав споживачів". Вона спрямована на запровадження в Україні європейських стандартів захисту прав споживачів, створення рівних умов для здійснення електронної торгівлі та чесної конкуренції, а також зменшення навантаження на бізнес шляхом скасування застарілих норм [10]. Так, зокрема, документом пропонується:

- гармонізувати законодавство України у сфері захисту прав споживачів із законодавством ЄС шляхом імплементації Директив ЄС, зазначених у Додатку XXXIX до Глави 20 Угоди про асоціацію;

- поширити дію Закону України "Про захист прав споживачів" на сферу харчової продукції в частині економічних прав споживача;

- визначити перелік інформації про продукцію та продавця, яку він повинен надавати при здійсненні електронної торгівлі, а також відповідальність за відсутність такої інформації;

- звільнити бізнес від обов'язку створювати обмінний фонд товарів та сплачувати неустойку споживачеві за кожний день затримки виконання вимоги про надання товару аналогічної марки;

- надати споживачеві право на зниження ціни або повернення коштів, якщо недолік товару з'являється після ремонту;

- звільнити від судового збору в усіх судових інстанціях споживачів у справах, пов'язаних із порушенням їхніх прав, Держпродспоживслужбу та громадські об'єднання споживачів у справах захисту прав споживачів;

- надати Держпродспоживслужбі право звертатися до провайдера інтернет-послуг щодо обмеження доступу до веб-сайту (частини веб-сайту, програмного забезпечення) продавця, який не надав достовірну інформацію на цьому веб-сайті про своє найменування, місцезнаходження, зобов'язавши при цьому Держпродспоживслужбу звернутися до провайдера щодо відновлення такого доступу, при виконанні суб'єктом господарювання вимог закону.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Забезпечення захисту прав споживачів є важливим і необхідним для діяльності суб'єктів господарювання будь-якої країни, особливо "гострим" це питання є для України. Незважаючи на те, що законодавство України формально надає споживачам широке коло повноважень щодо захисту своїх законних прав та інтересів, реалізувати цю можливість доволі складно

через низку наявних проблем у цій сфері. Чинне українське законодавство та нормативно-правове забезпечення Європейського Союзу не охоплюють своїми вимогами та змістом усі важливі сфери та напрямки консьюмерського права. У сучасних умовах євроінтеграційних процесів нагальним є переосмислення проблем, пов'язаних із гармонізацією, яка є необхідною складовою розвитку українського споживчого законодавства. Необхідно вдосконалювати нормативно-правові акти, які регулюють правовідносини у сфері захисту прав споживачів, і впроваджувати нові способи їх реалізації.

У подальших дослідженнях доцільно більш детально акцентуватися на питаннях, пов'язаних із забезпеченням захисту прав споживачів бізнес-структурами різних сфер діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Хижняк В. О. Стандарти ЄС щодо захисту прав споживачів: уроки для України. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2017. Вип. 27. Ч. 1. С. 99-102.

2. Сатир Л. М., Стаднік Л. І., Непочатенко А. В. Захист прав споживачів у сфері економіки та організації торгівлі: концептуальні засади та економічний аналіз. Ефективна економіка. 2020. №8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8137> (дата звернення: 08.01.2022). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.8.10.

3. Машиністова М. С. Особливості захисту прав споживачів на сучасному етапі розвитку цивільного законодавства. Науковий журнал "ΛΟΓΟΣ. Мистецтво наукової думки". 2018. №1. С. 126-129.

4. Черняк О. Ю. Класифікація прав споживача за законодавством України та Європейського Союзу. Форум права. 2008. № 2. С. 458-4648.

5. Пілігрим Г. С., Шестопалова Я. І. Особливості сучасного стану захисту прав споживачів в Україні. Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. URL: <http://intkonf.org/piligrim-g-s-shestopalova-ya-i-osoblivosti-suchasnogo-stanu-zahistu-prav-spozivachiv-v-ukrayini/>.

6. Письменна О. П. Політика Європейського Союзу щодо захисту прав споживачів. Актуальні проблеми політики : зб. наук. пр. / редкол.: С. В. Ківалов (голов. ред.), Л. І. Кормич (заст. голов. ред.), Ю. П. Аленін [та ін.]; МОНмолодьспорт України; НУ ОЮА. Одеса : Фенікс, 2012. Вип. 46. С. 132-140.

7. Конак Є. І. Особливості процесів захисту прав споживачів в Україні. Молодий вчений. 2017. №2. С. 267-271.

8. Парасюк М. В. Проблемні аспекти захисту прав споживачів в Україні. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Право. 2017. Вип. 44(1). С. 101-104.

9. Про захист прав споживачів : Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>.

10. Нові обов'язки щодо захисту прав споживачів для бізнесу. URL: https://buh.ligazakon.net/news/206418_nov-obovyazki-shchodo-zakhistu-prav-spozhyvachiv-dlya-bznesu--kmu-pdtrimav-novu-redaktsyu-zakonu].

REFERENCES

1. Khyzhniak, V. O. (2017), Standarty YeS schodo zakhystu prav spozhyvachiv: uroky dlia Ukrainy, Naukovyj visnyk Khersons'koho derzhavnoho universytetu. Seriya: Ekonomichni nauky., Vyp. 27. Ch. 1., s. 99-102.

2. Satyr, L. M. Stadnik, L. I. and Nepochatenko, A. V. (2020), Zakhyst prav spozhyvachiv u sferi ekonomiky ta orhanizatsii torhivli: kontseptual'ni zasady ta ekonomichnyj analiz, Efektyvna ekonomika, №8, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8137> (data zvernennia: 08.01.2022). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.8.10.

3. Mashynistova, M. S. (2018), Osoblyvosti zakhystu prav spozhyvachiv na suchasnomu etapi rozvytku tsyvil'noho zakonodavstva, Naukovyj zhurnal "ΛΟΗΟΣ. Mystetstvo naukovoï dumky", №1, s. 126-129.

4. Cherniak, O. Yu. (2008), Klasyfikatsiia prav spozhyvacha za zakonodavstvom Ukrainy ta Yevropejs'koho Soiuzu, Forum prava, № 2, s. 458-464.

5. Pilihrim, H. S. and Shestopalova, Ya. I. Osoblyvosti suchasnoho stanu zakhystu prav spozhyvachiv v Ukraini. Donetsk'kyj natsional'nyj

universytet ekonomiky i torhivli imeni Mykhajla Tuhan-Baranovs'koho, available at: <http://intkonf.org/piligrim-g-s-shestopalova-ya-i-osoblivosti-suchasnogo-stanu-zahistu-prav-spozhyvachiv-v-ukrayini/>.

6. Pys'menna, O. P. (2012), Polityka Yevropejs'koho Soiuzu schodo zakhystu prav spozhyvachiv, Aktual'ni problemy polityky : zb. nauk. pr., redkol.: S. V. Kivalov (holov. red.), L. I. Kormych (zast. holov. red.), Yu. P. Alenin [ta in.]; MONmolod'sport Ukrainy; NU OYuA, Feniks, Odesa, vyp. 46, s. 132-140.

7. Konak, Ye. I. (2017), Osoblyvosti protsesiv zakhystu prav spozhyvachiv v Ukraini, Molodyj vchenyj, №2, s. 267-271.

8. Parasiuk, M. V. (2017), Problemni aspekty zakhystu prav spozhyvachiv v Ukraini, Naukovyj visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu. Seriya: Pravo., vyp. 44(1), s. 101-104.

9. Pro zakhyst prav spozhyvachiv : Zakon Ukrainy vid 12.05.1991 № 1023-XII, available at: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>.

10. Novi обов'язки щодо зхисту прав споживачів для бізнесу, available at: https://buh.ligazakon.net/news/206418_nov-obovyazki-shchodo-zakhistu-prav-spozhyvachiv-dlya-bznesu--kmu-pdtrimav-novu-redaktsyu-zakonu].

Стаття надійшла до редакції 22 листопада 2021 року

УДК 338.48:004.77

*Морохович В. С.,
morv77@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-4939-6566,
к.ф.-м.н, доц., доцент кафедри менеджменту туристичного та готельно-ресторанного бізнесу,
Ужгородський торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Ужгород*

*Кашка М. Ю.,
m-kashka@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-7437-6156,
к.і.н., доц., доцент кафедри туризму, ДВНЗ “Ужгородський національний університет”, м. Ужгород*

*Талана С. Ю.,
s_talapa@ukr.net,
ст. викладач кафедри технології і організації ресторанного господарства, Ужгородський
торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Ужгород*

ТЕХНОЛОГІЧНІ ДРАЙВЕРИ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

***Анотація.** У статті розглянуто основні тренди розвитку туризму в епоху цифрової економіки. Туристична індустрія розвивається достатньо швидкими темпами і повинна відповідати сучасним викликам. За таких умов чималої уваги слід приділяти використанню інноваційних технологій та впровадженню елементів діджиталізації в індустрію туризму. Особливу увагу приділено аналізу використання цифрових технологій у діяльності туристичних підприємств. Зазначено, що саме інформаційні технології сприятимуть залученню якомога більше клієнтів, максимальної кількості продажів, завоюванню довіри споживачів туристичних послуг, а також формуванню позитивного іміджу підприємства. Досліджено основні напрямки та інструменти цифровізації туристичного бізнесу. Відзначено тенденції діджиталізації у сфері туризму, а саме: застосування нових технологічних рішень, використання систем динамічного пакетування в реальному часі, нових сервісів бронювання, онлайн-сервісів для прямого продажу туристам окремих послуг та турпакетів з можливістю самостійного конструювання туру, систем управління готелями, рішень на основі Big Data з прогнозування попиту та управління ціноутворенням. Окреслено перспективні інформаційно-технологічні інновації для розвитку туристичної галузі в період пандемії COVID-19. Підсумовано, що після зняття більшості обмежень компанії, які працюють у сфері туризму, інвестуватимуть в певні IT-рішення, які здатні допомогти масштабуванню бізнесу, та впроваджуватимуть заходи безпеки в розрахунку на зворотний зв'язок з боку потенційних клієнтів.*

Ключові слова: туризм, інновації, діджиталізація, інформаційні технології, пандемія COVID-19.

*Morokhovych V. S.,
morv77@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-4939-6566,
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management of Tourism, Hotel and Restaurant Business, Uzhhorod Institute of Trade and Economics of Kyiv National University of Trade and Economics, Uzhhorod*

*Kashka M. Yu.,
m-kashka@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-7437-6156,
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Tourism, Uzhhorod National University, Uzhhorod*

*Talapa S. Yu.,
s_talapa@ukr.net,
Lecturer, Department of Technology and Organization of Restaurant Business, Uzhhorod Institute of Trade and Economics of Kyiv National University of Trade and Economics, Uzhhorod*

TECHNOLOGICAL DRIVERS OF TOURISM SERVICES MARKET DEVELOPMENT

Abstract. *The main trends of tourism development in the digital economy are considered in the article. The tourism industry is developing quite rapidly and must meet modern challenges. Under such conditions, much attention should be paid to the use of innovative technologies and the introduction of elements of digitalization in the tourism industry. Particular attention is paid to the analysis of the use of digital technologies in the activities of tourism enterprises. It is noted that information technologies will help attract as many customers as possible, the maximum number of sales, gaining the trust of consumers of travel services, as well as the formation of a positive image of the company. The main directions and tools of digitalization of tourist business are investigated. Trends of digitalization in the field of tourism are noted, namely: application of new technological solutions, use of dynamic packaging systems in real-time, new booking services, online services for direct sale to tourists of certain services, and tour packages with the possibility of independent tour design, hotel management systems, Big Data-based solutions for demand forecasting and pricing management. Promising information and technological innovations for the development of the tourism industry during the pandemic COVID-19 are outlined. It is concluded that after removing most of the restrictions, companies operating in the field of tourism will invest in certain IT solutions that can help scale the business and implement security measures based on feedback from potential customers.*

Key words: tourism, innovation, digitalization, information technology, pandemic COVID-19.

JEL Classification: L83; L86; Z32

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2021-65-07>

Постановка проблеми. Сучасні інформаційні технології залишаються головним драйвером економічного зростання та умовою модернізації різних галузей економіки. Багато країн докладають значні зусилля щодо розвитку інформаційної інфраструктури та збільшення доступності цифрових послуг для населення. Перевагами цифровізації є зниження вартості послуг у порівнянні з традиційною економікою, зростання продуктивності праці, поява можливостей для створення доданої вартості у різних сферах діяльності.

Стрімкий розвиток цифрової економіки у світі забезпечує підвищення конкурентоспроможності держав, галузей, підприємств. Повсюдний рівень поширення цифровізації призводить до істотних змін у процесі організації бізнесу. Трендом сьогодення є цифрова трансформація, що стосується всіх сфер, яка орієнтована на глобальне застосування цифрових технологій у діяльності економічних суб'єктів, формування інформаційного суспільства та цифрової економіки в цілому.

Особливо актуальними є процеси діджиталізації для сфери обслуговування. Торгові та транспортні компанії, підприємства індустрії туризму та гостинності, громадського харчування отримали можливість розширити цільову аудиторію та охоплення, покращити якість обслуговування, розвиватися прискореними темпами, беручи до уваги, що в глобальній цифровій економіці перемога буде здобута тими, в арсеналі яких буде задіяна більша кількість та якість цифрових платформ.

Майже всі підприємства індустрії гостинності в своїй діяльності так чи інакше використовують цифрові технології. Всі клієнти, потенційні й існуючі, на сьогодні активно користуються Інтернетом, мобільними телефонами. Для них це простий і

швидкий спосіб знайти необхідну інформацію. Розвиток галузі туризму дав сильний поштовх для збільшення комунікацій між компаніями та їх клієнтами. Сучасний турист хоче витратити якомога менше часу на пошук тимчасового житла і залагодження всіх нормативних процедур, бажає якомога більше подорожувати, пізнавати нове, відвідувати цікаві місця.

В умовах досить жорсткої конкуренції на туристичному ринку основним завданням для українських туристичних підприємств є активне використання у своїй практиці сучасних інформаційних технологій, а саме: повної автоматизації процесу оформлення замовлень на туристичні послуги; застосування прямих каналів комунікацій із партнерами-туроператорами; використання електронних систем бронювання турів; системи електронної пошти та Інтернету.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В останні роки вивченню питання застосування окремих видів цифрових технологій у сфері туризму присвячено праці вітчизняних вчених, серед яких: Кифяк В., Кифяк О. [3]; Кожухівська Р. Б., Непочатенко В. О. [4]; Кравченко А. В., Бойко В. В. [5]; Джинджоян В. В. [2]; Токаренко О. І., Черемісіна Т. В., Бабіна Н. І. [10] та інші. Проте, незважаючи на наукову цінність і значущість робіт, недостатнім є розкриття питання розвитку індустрії туризму на основі впровадження інноваційних digital-технологій у сучасних умовах.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження основних тенденцій розвитку туризму, що формуються під впливом глобальної цифровізації, а також аналіз ключових змін, які відбуваються у бізнес-процесах у зв'язку із застосуванням цифрових технологій.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Цифрові технології стають все більш цінним ресурсом на підприємствах туристичного бізнесу, допомагаючи їм не тільки зберегти життєздатність, але й розкрити нові перспективні напрями розвитку. Впровадження в індустрії гостинності digital-технологій сприяє залученню якомога більше клієнтів, максимальної кількості продажів, завоюванню довіри споживачів туристичних послуг, а також формуванню позитивного іміджу підприємства.

З появою інформаційних технологій відбулися суттєві зміни у роботі туристичних фірм. Завдяки автоматизації робота ведеться оперативно, цілодобово і при цьому відбувається значна економія людських ресурсів, часу та коштів. Сучасне підприємство туристичного бізнесу, яке використовує у своїй діяльності комп'ютерні технології, стабільно та успішно веде свій бізнес, закладаючи фундамент на майбутнє.

Система інформаційних технологій, що застосовується у сфері туризму, включає у себе: комп'ютерні системи резервування, системи проведення телеконференцій, мультимедійні системи, автоматизовані системи управління, інформаційні системи авіаліній, електронні платіжні системи, мережу Інтернет, засоби сповіщення тощо. Туроператор надає базу турів турагентам та самим туристам у відкритому доступі. З ними також за допомогою комп'ютера працюють авіаперевізники та готелі. Вони використовують системи бронювання, завдяки яким можна дистанційно, не покидаючи робочого місця, резервувати та купувати авіа, залізничні квитки, готельні номери та інші послуги (трансфер, харчування, додатковий багаж). Підключення комп'ютерів відбувається через глобальну мережу Інтернет до систем бронювання. Виходячи з цього, впливає, що перед нами постає інтегрована система IT-технологій, і очевидно, така система, яка функціонує в туристичній галузі, є системою взаємопов'язаних комп'ютерних та комунікаційних технологій.

Автоматизовані системи управління у туризмі служать для створення ефективної туристичної структури, що дозволяє забезпечити комфортні умови роботи персоналу підприємства. На ринку програмних продуктів представлено ряд комп'ютерних систем, що дозволяють автоматизувати внутрішню діяльність туристичної фірми: Парус-Турагенство, Оверія-Туризм, Само-Тур, Майстер-Тур, TurWin та інші. Як правило, ці системи володіють наступними функціями: забезпечують введення, редагування та зберігання інформації про турпакет, замовників, готелі, статус заявок; враховують необхідність виведення інформації у форматі документа; розраховують вартість турів із урахуванням курсу валют, знижок; контролюють своєчасну оплату турів; ведення фінансової звітності.

Говорячи про ефективність інформаційних технологій у галузі туризму, слід розуміти, що при впровадженні інформаційних систем відбувається підвищення оперативності та покращення якості

інформації в стислі терміни, що позитивно позначається на всій системі управління, а інформаційна система стає базою для контролю за фінансовими, матеріальними та людськими ресурсами.

Інтернет займає значне місце на туристичному ринку. Мережа Інтернет дозволяє туристичним підприємствам відкривати нові форми роботи з клієнтами, забезпечує можливість постійної взаємодії зі своїми діловими партнерами, а також доступ до різноманітних інформаційних джерел. Розробка шляхів удосконалення використання інтернет-технологій у сфері туризму становить безперечний інтерес як окремих підприємств, а може і загалом вплинути на розвиток туристичної галузі.

Технологічним драйвером на ринку туристських послуг сьогодні стає діяльність глобальних мета-пошуковиків у взаємодії з потужними цифровими платформами споживачів, як власними, так і партнерськими. Маючи справу з величезною кількістю пошукових запитів, вони надають можливість індивідуалізації сервісів із бронювання тих чи інших туристичних послуг. У результаті утворюються marketplace, наприклад сервіси Google.

Актуальним напрямком у галузі туризму є використання глобальних розподільчих систем (Global Distribution System), які забезпечують швидке і зручне бронювання квитків на транспорт, резервування місць у готелі, прокат автомобілів, обмін валют, замовлення квитків на спортивні та культурні заходи тощо. Найбільш відомими комп'ютерними системами бронювання на міжнародному ринку туристичних послуг вважаються Amadeus, Galileo, Worldspan, Sabre [6]. Вони відрізняються одна від одної: повнотою й оперативністю видаваної інформації; набором послуг та кількістю власників різних видів ресурсів, що мають угоду з конкретною системою, і рівнем доступності до їх баз даних; зручністю формування запитів на бронювання, дружелюбністю програмного забезпечення, що використовується в глобальних розподільчих системах і встановлюється на персональному комп'ютері туристичного підприємства; надійністю техніки та засобів зв'язку між організацією та центром обробки даних системи; розміром оплати за користування інформаційними послугами та порядком її формування.

Ще однією інновацією на ринку туристичних послуг є концентрація інтересів туроператорів на сегменті B2C з пропозицією прямого онлайн-бронювання своїх послуг на корпоративному сайті. Багато туроператорів, особливо в сегменті внутрішнього туризму, сьогодні активно стимулюють пряму онлайн-дистрибуцію. Цей процес є елементом підвищення конкурентоздатності, насамперед із новими технологічними компаніями, виробниками туристичних послуг, авіакомпаніями, що пропонують послуги динамічного пакетування. При цьому традиційні канали дистрибуції не зникають, а обслуговуватимуть певні сегменти туристичного ринку (наприклад, індивідуальний туризм). При цьому подібні канали дистрибуції повинні відповідати вимогам часу і використовувати сучасні цифрові платформи.

Зі швидким розвитком інформаційно-комунікаційних технологій туристичні підприємства в Україні використовують системи інтернет-бронювання, сайти національних туроператорів та свої веб-сайти для пошуку турів, наприклад: booking.com, tour-online.ua, turne.ua, turpoisk.ua, anex-tour.com.ua, joinup.ua, pegast.com.ua та інші.

Однією з головних переваг діджиталізації є можливість використання мобільних пристроїв, адже більшість пошукових запитів здійснюються саме з їхньою допомогою. Сучасний турист підійшов впритул до того, що почав активно купувати туристичні послуги за допомогою цих девайсів. Також варто відзначити, що на сьогоднішній день додатки для смартфонів виступають у якості супутника для подорожей повного спектра послуг, який передбачає потреби клієнтів. Тенденція до поширення таких мобільних додатків із кожним роком зростає як для туристів, так і для туристичних підприємств, що пов'язано з розповсюдженням мобільних пристроїв та їх простотою використання під час подорожі.

У світовій практиці розвитку туризму широко застосовуються глобальні супутникові навігаційні та геоінформаційні системи. Найпопулярнішою системою супутникової навігації, що активно функціонує у світі, є GPS (система глобального позиціонування), яка дозволяє в кожному куточку Землі визначити точне розташування та швидкість об'єктів. Така система має великий попит серед туристів, людей, які ведуть активний спосіб життя, любителів спорту, риболовлі та автомобілістів.

Віртуальні геоінформаційні системи представляють узгоджену просторову та атрибутивну інформацію, що мають безпосереднє відношення до об'єктів. Користувачі мережі Інтернет, відвідуючи різні сайти, знайомляться з планом готелю, слайдами

у 3D-форматі, можуть переглянути його місцезнаходження на карті міста та навіть побувати всередині нього. Найновіші розробки, наприклад Google maps, надають можливість кожному побувати в будь-якому місці нашої планети, де забажаєш, і все це відбувається у тривимірному форматі зображення. Готелі також розміщують таку інформацію на своїх сторінках в Інтернеті.

До інноваційних технологічних трендів у сфері туризму і гостинності слід віднести: Big Data (великі дані), blockchain, VR&AR (віртуальна і доповнена реальність), IoT (Інтернет речей), роботизація, штучний інтелект, мобільні додатки та ін. (рис. 1).

Найбільш перспективними цифровими технологіями є обробка великих даних Big Data та blockchain. Технології blockchain вже застосовуються в туризмі, а саме: збір і контроль інформації за переміщенням багажу між різними аеропортами та авіакомпаніями; ідентифікація пасажирів за допомогою відбитків пальців або сканування сітківки ока тощо.

Технологія Big Data дозволяє запропонувати туристу, виходячи з його переваг (накопичених у даних), певні маршрути, готелі, відвідування конкретних міст, історичних місць. Зараз технології Big Data активно використовуються в сфері гостинності, зокрема в готелях. Всі питання менеджменту, маркетингу, репутації, додаткових послуг у готелі доступні для туриста. IoT (Інтернет речей) також використовується в готельних номерах, коли процедура заселення і відкриття дверей у номер відбувається без ключа та навіть без check-in, за допомогою тільки мобільного пристрою. Даний сервіс (Online hotel check-in & Smart Key) отримує найбільшу затребуваність на етапі відновлення туризму після пандемії COVID-19 [2].

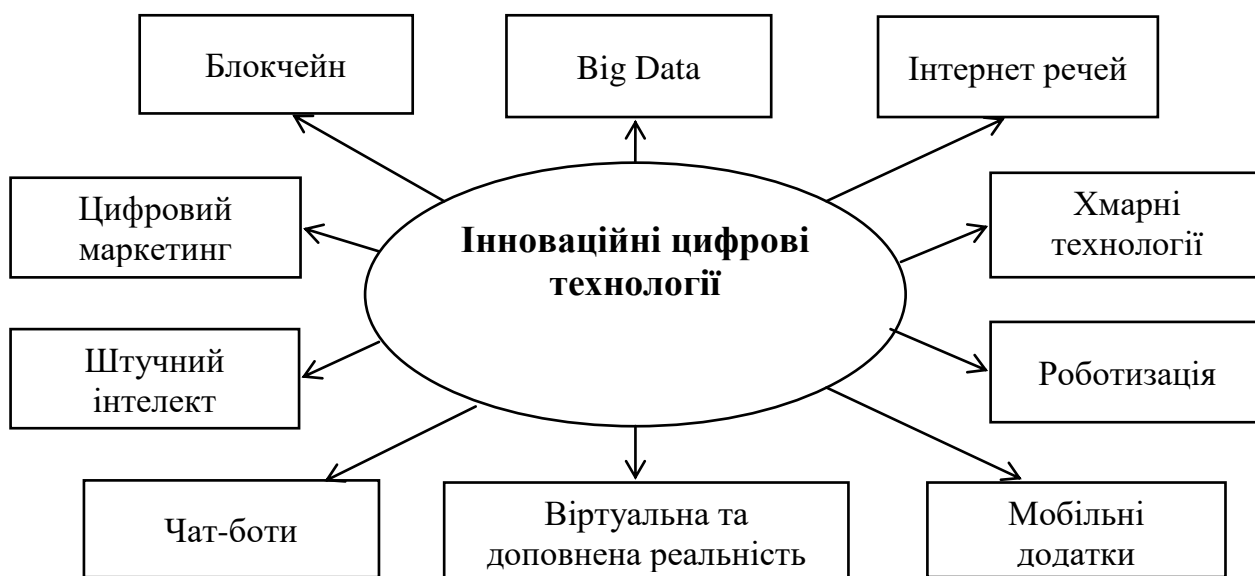


Рис. 1. Інноваційні цифрові технології в туризмі

Джерело: складено на основі [2, 9]

Використання роботів у туристичному бізнесі найближчим часом будемо спостерігати все частіше. До того ж, коронавірусна інфекція прискорює цей процес. Для дотримання соціальної дистанції застосування інформаційних роботів-кіосків і окремих пересувних роботів дозволить безпечно отримати інформацію.

До нових інноваційних маркетингових технологій у сфері туризму відноситься використання чат-ботів і месенджерів. Месенджери перестали бути тільки каналом спілкування і вже перетворилися на перспективний канал інтернет-маркетингу. Очікується збільшення популярності використання месенджерів з рекламною метою та інтенсифікація використання інструментів автотизації, наприклад чат-ботів. За допомогою мобільних месенджерів бізнес може вирішувати такі маркетингові завдання, як підтримка клієнтів, упізнаність, трафік, залучення клієнтів та продаж.

Нині користувачі можуть безпосередньо зв'язуватися з представниками компаній через ботів Messenger, купити продукт (послугу) за один клік, запланувати зустріч, забронювати квитки або замовити їжу додому. Використання ботів для бізнесу дає ряд переваг: швидке інформування користувачів у автоматичному режимі (акції, спеціальні пропозиції, наявність послуг); безкоштовний доступ і швидка реакція у відповідь на запити; можливість організації простої технічної підтримки та консультацій; пряма комунікація з потенційними клієнтами.

За допомогою штучного інтелекту, зокрема технології упізнання, можна: пришвидшити час проходження реєстрації туристів в аеропортах (методика FAR); забезпечити доступ гостя в номер за допомогою сканування сітківки ока або сканування відбитків пальців; покращити якість обслуговування клієнтів за рахунок персоналізації послуг (технологія NEC NeoFace Express) [4].

Віртуальна реальність (VR) як інноваційна технологія впевнено увійшла в індустрію туризму, використовуючи свої переваги, щоб заохотити клієнтів спробувати віртуальну подорож перед її придбанням. Мобільні додатки для неї з'являються на багатьох платформах, таких як Google Play, Google Maps, YouTube, що робить цю технологію доступною для всіх. Віртуальна реальність створює відчуття присутності в дестинації, що далеко від місцезнаходження споживача, а також через інструменти сприйняття (3D, VR) надає можливість відчутти атмосферу будь-якого туристичного об'єкта. Доповнена реальність (AR) дозволяє туристам побачити на місці відвідування не тільки те, що представляється звичайному погляду, а й за допомогою девайсів (окулярів і смартфонів) побачити, як виглядав цей об'єкт екскурсії в давні часи [1, 7]. В Україні завоювали популярність такі онлайн-сервіси, як: Мандруй Україною (discover.ua), Ukrainer, 360Cities.

На сьогодні віртуальний туризм виступає важелем підтримки попиту на туристичні послуги під час карантину і допомагає формуванню відкладеного попиту після зняття обмежень. Безперечними

перевагами VR-туризму виступають: зниження ризиків імовірності зараження у подорожах; можливість ознайомлення з культурними та природними пам'ятками, експозиціями музеїв, туристськими маршрутами в онлайн-режимі; економія часу та грошей для споживачів; можливість здійснювати віртуальні подорожі у будь-який зручний час [8].

Отже, туристичні підприємства в умовах швидкого змінюваних епідеміологічних обставин вимушені кардинально перебудувати свою діяльність із врахуванням істотних змін вимог споживачів та поширенням діджиталізації світової економіки. Інвестуючи в розширення технологічних можливостей, вони зможуть вирішувати маркетингові завдання збереження клієнтів і зміцнення їх довіри, створювати додаткові конкурентні переваги за рахунок постійної та актуальної комунікації.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Інформаційні технології є важливою складовою туристичного бізнесу, які зумовлюють його швидкий розвиток. Рекламні компанії туристичних підприємств часто розміщуються в Інтернеті на різних сайтах, тим самим привертаючи все більшу увагу аудиторії. Ефективна діяльність сайту туристичних фірм є основною базовою складовою будь-якого туристичного агентства. Діяльність сайту не може здійснюватися без реклами. Персональний комп'ютер та Інтернет, будучи загальнодоступними сучасними технологіями, є тим специфічним фактором, в результаті якого все нові й нові інформаційні технології впроваджуються у всі сфери туризму. Туристичні підприємства використовують наявний потенціал інформаційного ресурсу Інтернету, щоб ще більше модернізувати систему резервування, що зумовлює розвиток туризму в межах сучасних комунікаційних технологій.

Варто зазначити, що нинішнє обмеження можливостей для активного туризму в період пандемії COVID-19 сприяє розвитку інших форм задоволення естетичних потреб у прекрасному, зумовлюючи тим самим швидке впровадження сучасних інформаційних технологій в сферу туризму (віртуальний туризм, штучний інтелект, діджиталізація та ін.).

На сучасному етапі можна відзначити тенденції цифровізації у сфері туризму, що є перспективним при укрупненні бізнесу, застосуванні нових технологічних рішень, використанні систем динамічного пакетування в реальному часі, нових сервісів бронювання, онлайн-сервісів для прямого продажу туристам окремих послуг та турпакетів із можливістю самостійного конструювання туру, систем управління готелями, рішень на основі Big Data з прогнозування попиту та управління ціноутворенням.

На ринку туристичних послуг матимуть перевагу ті підприємства, що пропонують максимально кастомізований процес взаємодії з туристом. Завдяки цьому збережеться лояльність покупців і прибуток бізнесу, примножиться конверсія та підвищиться рівень безпеки.

ЛІТЕРАТУРА

1. Адамовська М., Зубко Т. Туризм в епоху digital-комунікацій. Вісник національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм. 2021. Том 4, №1. С. 30-39.
2. Джинджоян В. В. Сучасні інноваційні технології в менеджменті туризму та гостинності. Ефективна економіка. 2021. №6. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.6.5>.
3. Кифяк В., Кифяк О. Діджиталізація процесів розвитку туристичних дестинацій у Західноукраїнських прикордонних регіонах. Вісник Тернопільського національного економічного університету. 2020. №2. С. 162-173.
4. Кожухівська Р. Б., Непочатенко В. О. Digital-технології як основа розвитку туристичної діяльності в Україні. Економіка та держава. 2020. №7. С. 93-98.
5. Кравченко А. В., Бойко В. В. Цифровізація туристичної галузі в пост-COVID-19 період. Ефективна економіка. 2021. №2. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.2.96>.
6. Кукліна Т. С. Використання інформаційних технологій в діяльності туристичних підприємств. Причорноморські економічні студії. 2017. Вип. 13-2. С. 217-221.
7. Марусей Т. В. Віртуальна екскурсія як напрямок розвитку сучасного туризму. Економіка та суспільство. 2021. Вип. 26. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-75>.
8. Попова М. О., Арестов С. В., Шуптар-Пориваєва Н. Й. Пріоритети розвитку сучасної туристичної діяльності. Причорноморські економічні студії. 2021. Вип. 62. С. 107-112.
9. Тищенко С. В. Цифрові технології в індустрії гостинності. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка. 2021. Вип. 7. С. 131-139.
10. Токаренко О. І., Черемісіна Т. В., Бабіна Н. І. Цифрові технології у міжнародному туризмі та готельній індустрії. Інфраструктура ринку. 2020. Вип. 44. С. 126-130. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct44-21>.

REFERENCES

1. Adamovska, M. and Zubko, T. (2021), Turyzm v epokhu digital-komunikatsii, Visnyk natsionalnoho universytetu kultury i mystetstv. Serii: Turyzm, 4 (1), pp. 30-39.
2. Dzhyndzhoian, V. V. (2021), Suchasni innovatsiini tekhnolohii v menezhmenti turyzmu ta hostynnosti, Efektyvna ekonomika, 6, DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.6.5>.
3. Kyfiak, V. and Kyfiak, O. (2020), Didzhitalizatsiia protsesiv rozvytku turystychnykh destynatsii u Zakhidnoukrainskykh prykordonnykh rehionakh, Visnyk Ternopilskoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu, 2, pp. 162-173.
4. Kozhukhivska, R. B. and Nepochatenko, V. O. (2020), Digital-tekhnologii yak osnova rozvytku turystychnoi diialnosti v Ukraini, Ekonomika ta derzhava, 7, pp. 93-98.
5. Kravchenko, A. V. and Boiko, V. V. (2021), Tsyfrovizatsiia turystychnoi haluzi v post-COVID-19 period, Efektyvna ekonomika, 2, DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.2.96>.
6. Kuklina, T. S. (2017), Vykorystannia informatsiinykh tekhnolohii v diialnosti turystychnykh pidpriemstv, Prychornomorski ekonomichni studii, 13-2, pp. 217-221.
7. Marusei, T. V. (2021), Virtualna ekskursiia yak napriamok rozvytku suchasnoho turyzmu, Ekonomika ta suspilstvo, 26, DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-75>.
8. Popova, M. O., Arestov, S. V. and Shuptar-Poryvaieva N. I. (2021), Priorytety rozvytku suchasnoi turystychnoi diialnosti, Prychornomorski ekonomichni studii, 62, pp. 107-112.
9. Tyshchenko, S. V. (2021), Tsyfrovi tekhnolohii v industrii hostynnosti, Tavriiskyi naukovyi visnyk. Serii: Ekonomika, 7, pp. 131-139.
10. Tokarenko, O. I., Cheremisina, T. V. and Babina, N. I. (2020), Tsyfrovi tekhnolohii u mizhnarodnomu turyzmi ta hotelnii industrii, Infrastruktura rynku, 44, pp. 126-130, DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct44-21>.

Стаття надійшла до редакції 15 листопада 2021 року

УДК 336.717

Черкасова С. В.,
svetlacher@i.ua, ORCID ID: 0000-003-1956-4992, Researcher ID: F-5490-2019,
д.е.н., проф., професор кафедри фінансів, економічної безпеки, банківської справи та страхового
бізнесу, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СТРАХОВОГО СЕКТОРА УКРАЇНИ

Анотація. В статті розглянута сутність інвестиційного потенціалу страхового сектора країни та визначені джерела його формування. Зазначено повільні темпи нарощування загальних активів вітчизняних страхових компаній та залучених ними страхових премій, що обмежує можливості реалізації інвестиційної діяльності. На основі дослідження основних показників страхової діяльності в Україні у 2013-2020 рр. відзначено, що компанії зі страхування життя здійснюють більш активний вплив на процеси нарощування інвестиційного потенціалу страхового сектора за рахунок залучених премій та сформованих страхових резервів. Дослідження структури інвестиційного портфеля вітчизняних страховиків виявило зростання їх інтересу до вкладень у державні цінні папери. Запропоновано заходи щодо прискорення процесів нарощування інвестиційного потенціалу страхового сектора країни. Серед них: більш активний розвиток довгострокових видів страхування, зменшення обсягів перестраховання, розробка ефективних інвестиційних стратегій із застосуванням механізмів обмеження ризиків. На рівні держави пропонується впровадження заходів інституційного, економічного та організаційно-правового характеру, що будуть сприяти розвитку накопичувальних видів страхування, більш активному залученню роботодавців і працівників до механізмів страхування життя. Важливими є й заходи для розширення інвестиційних можливостей страховиків щодо вибору об'єктів вкладень, зокрема й за кордоном.

Ключові слова: інвестиційний потенціал, страхування, страхові компанії, страховики, активи, страхові резерви.

Cherkasova S. V.,
svetlacher@i.ua, ORCID ID: 0000-003-1956-4992, Researcher ID: F-5490-2019,
Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Finance, Economic Security, Banking and Insurance Business, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

INVESTMENT POTENTIAL OF THE INSURANCE SECTOR OF UKRAINE

Abstract. The article considers the essence of the investment potential of the insurance sector of the country and identifies the sources of its formation. Slow growth rates of total assets of domestic insurance companies and insurance premiums attracted by them are noted, which limits the opportunities for investment activities. Based on a study of the main indicators of insurance activity in Ukraine in 2013-2020, it was noted that life insurance companies have a more active influence on the processes of increasing the investment potential of the insurance sector at the expense of the attracted premiums and formed insurance reserves. A study of the structure of the investment portfolio of domestic insurers revealed their interest increase in investing in government securities. Measures to accelerate the process of building the investment potential of the country's insurance sector are proposed. Among them: more active development of long-term types of insurance, reduction of reinsurance volume, development of effective investment strategies using risk mitigation mechanisms. At the state level, it is proposed to implement measures of institutional, economic and organizational-legal nature that will promote the development of accumulative types of insurance, more active involvement of employers and employees in life insurance mechanisms. Particular measures are also important to expand the investment opportunities of insurers to choose the objects of investment, including abroad.

Key words: investment potential, insurance, insurance companies, insurers, assets, insurance reserves.

JEL Classification: G22, G23

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2021-65-08>

Постановка проблеми. З огляду на значні обсяги інвестиційних ресурсів, що нагромаджуються страховими компаніями, страховий сектор розглядається як важливий постачальник внутрішніх інвестиційних ресурсів в економіку країни.

В українській практиці на сьогодні спостерігається недостатній розвиток страхування, хоча за

обсягом нагромаджених активів страхові компанії поступаються лише банкам і інститутам спільного інвестування.

Сформований сукупний інвестиційний потенціал українських страховиків залишається недостатнім для вагомого впливу на розвиток інвестиційної сфери економіки та забезпечення прискореного економічного зростання.

У сучасних реаліях вітчизняні страховики недостатньо забезпечують розвиток страхування, чим обмежують нагромадження інвестиційного потенціалу страхового сектора країни. Це вимагає вивчення особливостей реалізації інвестиційних процесів у вітчизняному страхуванні та розробки рекомендацій, що дозволять більш активно нагромаджувати інвестиційний потенціал страхового сектора, необхідний для прискореного розвитку національної економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням вивчення проблем формування інвестиційного потенціалу страхового сектора в наукових колах приділяється достатня увага. Дослідження різних аспектів інвестиційних процесів у страхуванні містяться в роботах Г. Воробей [4], Т. Гавриляк [5], О. Залетова [2], Т. Косової [7], Ю. Махортова [6], К. Побочі [4], Н. Слободянюк [7] та ін. Більшість наукових публікацій із цієї тематики присвячено вивченню чинників, що обмежують більш активне нарощування інвестиційного потенціалу страхової галузі. В умовах обмеженості внутрішніх інвестиційних ресурсів для розвитку національної економіки завдання прискореного нарощування інвестиційного потенціалу страховим сектором країни не втрачають своєї актуальності і потребують пошуку шляхів та інструментів для своєї реалізації.

Постановка завдання. Відповідно до обраного напрямку дослідження поставлено завдання: визначити сутність інвестиційного потенціалу страхового сектора країни, дослідити тенденції його розвитку у вітчизняній практиці та запропонувати можливі шляхи його більш активного нарощування, спираючись на особливості розвитку страхування в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Важливість процесів інвестування в діяльності страхових компаній не викликає жодних заперечень в економічній науці. Згідно з сучасними концепціями інвестиційна діяльність страховика розглядається як важливий вид господарювання та забезпечує його прибутковість. Відзначається і необхідність одержання інвестиційного доходу як джерела розвитку страхового бізнесу.

Для українських страхових компаній інвестування відіграє роль допоміжного (хоча і обов'язкового) виду діяльності, що доповнює безпосередньо страхову. Масштаби інвестування в практиці страхового бізнесу безпосередньо залежать від обсягів залучених премій у процесі надання страхових послуг.

Науковці, які досліджують страхову сферу, вважають, що інвестиційний потенціал страхових компаній формують їх грошові ресурси, які на поточний момент часу є відносно вільними від зобов'язань і вкладаються в обрані активи з метою збереження та подальшого примноження за рахунок одержання інвестиційного доходу [1]. Існує й інша точка зору, за якої інвестиційний потенціал у страхуванні є сукупністю внутрішніх чинників, що визначають можливості ефективного інвестування окремою компанією або страховим ринком в цілому, та чинників зовнішнього середовища [2, с. 28].

Серед чинників, що обмежують більш активний розвиток інвестиційної діяльності страхових компаній у вітчизняних реаліях, виділяють валютно-курсону нестабільність, негативні інфляційні очікування населення, недовіру в суспільстві до діяльності фінансових установ, наявність проблем у розвитку фінансової системи країни та ін. [3, с. 95].

Чинниками прямого впливу, що впливають на обсяги інвестиційного потенціалу в страховому секторі, є розміри сформованих страхових резервів і власного капіталу. Чинники опосередкованого впливу на інвестиційний потенціал, на думку науковців, мають переважно інституційний характер і формуються залежно від ситуації на фінансовому ринку та у цілому в економіці країни [4, с. 117].

О. Залетов вважає, що на інвестиційну діяльність страховиків впливають передусім обсяги, структура, капіталізація і концентрація страхового ринку, розвиненість фондового ринку і наявність на ньому надійних інструментів для інвестування, ефективність державного регулювання страхової галузі [2, с. 27]. На наявності ефективних фондових інструментів для забезпечення успішної інвестиційної діяльності страховиків наголошує й Гавриляк Т. С., досліджуючи досвід реалізації інвестування на зарубіжних страхових ринках [5].

Серед негативних чинників, які перешкоджають активній інвестиційній діяльності страховиків в українських реаліях, науковцями виділяються недосконалість нормативно-правового регулювання цієї галузі, брак ліквідних інструментів для інвестування, затягування з запровадженням обов'язкового медичного страхування та низький рівень розвитку страхування життя в країні [6, с. 142-143].

Дослідженнями Т. Косової і Н. Слободянюк доведено, що кількісні показники розвитку інвестиційної складової страхового сектора України знаходяться у протиріччі з якісними показниками внаслідок неефективної структури сформованого інвестиційного портфеля. Тому, на думку цих науковців, необхідним є впровадження в практику діяльності вітчизняних страхових компаній глобальних стандартів результативності інвестування, вироблених світовим досвідом [7].

Сукупність інвестиційних потенціалів діючих страхових компаній формує інвестиційний потенціал страхового сектора країни. Найбільш вагомими показниками для його оцінки є абсолютний, що визначається вартістю активів, сформованих у процесі інвестування в обрані об'єкти відповідно до ст. 31 Закону України "Про страхування" [8], і відносний, що являє собою співвідношення величини цих активів до ВВП країни.

На кінець 2020 р. загальна сума активів вітчизняних страхових компаній становила 64,9 млрд грн, або 1,55 % ВВП країни, що являє собою найбільший показник серед небанківських фінансових установ [9; 11]. В складі загальних активів страхових компаній у 2020 р. 50,1 млрд грн, або 77 %, складала активи, визначені ст. 31 Закону України "Про страхування" [8].

Основними джерелами формування інвестиційного потенціалу страховиків є залучені валові премії, сформовані страхові резерви, сплачені статутні

капітали, суми одержаного фінансового доходу від розміщення активів тощо. Динаміка зростання основних складових сукупного інвестиційного потенціалу українських страхових компаній у 2013-2020 рр. представлена в таблиці 1.

Необхідно зазначити, що на кінець 2020 р. вітчизняному страховому сектору ще не вдалося нагромадити загальний обсяг активів, що мав місце в країні до окупації частини її території та початку воєнних дій. На кінець 2013 р. сукупний показник загальних активів страховиків у країні складав 66,4 млрд грн. Більш успішно в період дослідження страховики нарощували свої інвестиційні активи. За 2013-2020 рр. цей показник у цілому по страховому сектору зріс на 32,2 %.

Найбільший вплив на зростання інвестиційного потенціалу страхового сектора України мали такі чинники, як обсяги залучених премій за договорами страхування життя, нарощування математичних резервів, а з 2015 р. і технічних резервів страховиків. Збільшення обсягів зібраних премій з ризикових видів страхування мало позитивний вплив на зростання величини інвестиційних активів лише в окремі роки.

Залучення валових премій за укладеними страховими договорами є важливим джерелом нарощування інвестиційного потенціалу страховиків. Зростання сум валових премій призводить до збільшення обсягів інвестиційних операцій і сформованих страхових резервів. Загальна сума валових премій, одержаних за усіма видами страхування, за підсумками 2020 р. становила 45,2 млрд грн, збільшившись за період дослідження на 58 % [10; 11]. Більш висока динаміка цих процесів спостерігалась у секторі страхування життя. За досліджуваний період обсяг залучених премій за договорами забезпечення життя зріс більш як у 2 рази, тоді як частка цього виду страхування на ринку не перевищувала 11 % [11].

Враховуючи більш вагомий вплив показників діяльності компаній зі страхування життя на процеси нагромадження інвестиційних ресурсів, можна стверджувати, що саме розвиток цього сегмента українського страхового ринку здатен суттєво нагромадити його сукупний інвестиційний потенціал і посилити роль у процесах фінансового забезпечення економічного зростання.

Проте на сьогодні послуги з забезпечення життя залишаються недостатньо поширеними серед громадян України.

Необхідними передумовами нарощування інвестиційного потенціалу страхового сектора країни є процеси формування достатнього обсягу страхових резервів, раціонального їх розміщення та ефективного управління ними.

Загальний обсяг нагромаджених страхових резервів на кінець 2020 р. становив 34,2 млрд грн, з них 21,8 млрд грн, або 63,7 %, припадало на технічні резерви і 12,4 млрд грн, або 36,3 %, – на математичні резерви [11]. Страхові резерви, які є основою платоспроможності і фінансової надійності страховиків, формуються і зростають у процесі проведення інвестиційної діяльності. Зважаючи на

це, величина страхових резервів є важливим оціночним показником інвестиційного потенціалу досліджуваних фінансових інститутів.

За роки дослідження загальна сума страхових резервів на українському ринку зросла в 2,4 рази, при цьому технічні резерви зросли в 2,1 рази, а математичні – в 3,3 рази. За 2013-2020 рр. був досягнутий значно вищий динамізм зростання розміру резервів зі страхування життя. Враховуючи довгостроковий характер цих резервів і використання інвестиційного доходу від їх розміщення на їх поповнення, можна стверджувати про більший вплив саме цього виду страхових резервів на нарощення інвестиційного потенціалу страхового сектора країни. Тому тенденцію до збільшення загальної суми страхових резервів і випереджаючого зростання розміру математичних резервів слід розглядати як таку, що суттєво впливає на посилення інвестиційного потенціалу вітчизняних страхових компаній.

Суттєвим гальмівним чинником у зростанні інвестиційного потенціалу страхового сектора України, на нашу думку, є структура видів страхового захисту, переважаюча частка в якій належить ризиковим видам страхування. На кінець періоду дослідження частка залучених премій з ризикових видів страхування складала 88,9 %, відповідно, на доходи з забезпечення життя припадало 11,1 % [11]. За період дослідження співвідношення між розміром валових страхових премій з ризикових видів страхування та з забезпечення життя несуттєво зросло на користь останнього, що характеризує більш активне, проте й недостатнє поширення страхування життя в країні.

У розвинених країнах світу, на відміну від України, домінуючу позицію в страховому бізнесі займають страхові компанії, що реалізують накопичувальні види страхування, передусім забезпечення життя.

Важливим чинником, що обмежує інвестиційні ресурси страхових компаній і загалом ємність страхового ринку, є обсяг переданих на перестраховання валових премій, особливо у випадку їх передачі нерезидентам. Впродовж 2019-2020 рр. розмір переданих на перестраховання валових премій у вітчизняному страховому секторі становив практично третину від їх загального обсягу, що значною мірою обмежило інвестиційні ресурси страховиків.

Ефективність інвестиційної діяльності страхових компаній може бути суттєво підвищена як за рахунок розробки більш гнучких інвестиційних стратегій, так і шляхом передачі інвестиційних активів професійним управляючим, у ролі яких на українському ринку виступають компанії з управління активами. Втім, приклади передачі активів страховиків в управління таким компаніям на вітчизняному ринку є поодинокими.

У сучасних умовах гальмівними чинниками, що обмежують зростання інвестиційного потенціалу українських страхових компаній, є сформована структура активів в інвестиційному портфелі та низький рівень диверсифікації інвестиційних вкладень (табл. 2).

Таблиця 1

Темпи приросту основних показників діяльності вітчизняних страховиків в 2013-2020 рр., %*

Складові інвестиційного потенціалу	Роки							
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Загальні активи	18,1	5,8	- 13,6	- 7,7	2,3	10,7	0,6	1,6
Інвестиційні активи	- 22,4	6,9	- 10,1	- 3,7	2,9	12,7	9,7	17,3
Страхові премії з ризикових видів страхування	32,9	- 6,0	12,0	17,7	25,0	12,2	7,4	- 16,9
Страхові премії зі страхування життя	36,9	- 12,8	1,2	26,0	5,7	34,1	18,4	8,7
Технічні резерви	13,2	- 0,6	9,2	14,1	10,4	21,9	9,3	12,9
Математичні резерви	19,3	38,0	29,8	13,6	7,2	11,3	10,1	21,0

* Розраховано за [10; 11]

Таблиця 2

Структура сукупного інвестиційного портфеля українських страховиків у 2013-2020 рр., %*

Види активів	Роки							
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Банківські депозити	24,5	22,3	34,6	32,9	33,9	34,7	35,6	24,8
Поточні рахунки	5,8	6,9	7,0	8,3	7,6	7,3	7,1	5,0
Акції	47,0	44,4	32,7	22,7	18,4	12,5	8,4	7,3
Облігації підприємств	2,0	2,0	2,0	2,4	2,5	2,2	2,1	1,6
Державні цінні папери	6,2	8,4	7,2	15,8	18,2	19,4	21,6	27,9
Нерухоме майно	5,2	5,0	6,1	7,4	7,4	7,4	9,2	9,6
Права вимоги до перестраховиків	8,0	9,5	10,3	9,9	11,2	13,3	11,9	13,8
Інвестиції в економіку України	0,1	0,2	0,0	0,1	0,3	2,8	3,8	3,9
Інші	1,2	1,3	0,1	0,5	0,5	0,4	0,3	6,1

* Розраховано за [10; 11]

Зміна структури інвестиційних вкладень протягом 2013-2020 рр. свідчить про стійкий інтерес страховиків до розміщення інвестиційних ресурсів на термінових депозитних рахунках у банківських установах та про нарощування інвестицій у державні цінні папери, якими є облігації внутрішніх державних позик. Відзначається й суттєве скорочення вкладень в акції та мізерний обсяг вкладень в економіку країни за напрямками, визначеними КМУ. В періоді дослідження намітилась тенденція до зростання частки вкладень в права вимог до перестраховиків, що призводить до зниження доходності інвестиційних операцій.

За останні вісім років українські страхові компанії суттєво збільшили частку своїх вкладень у державні облігації з 6,2 % до 27,9 % (табл. 2). Стійким залишається інтерес страховиків до розміщення активів на банківських депозитах. Зазначені об'єкти інвестування, з одного боку, вважаються доволі надійними, проте в умовах банківської кризи та значного розміру державного внутрішнього боргу містять значні загрози для фінансової надійності та ліквідності страхових компаній. Концентрація інвестицій страховиків за цими двома напрямками та згорання інвестицій в акції свідчить про зниження рівня диверсифікації інвестицій досліджуваних інститутів як за видами вкладень, так і за емітентами ринкових цінних паперів.

Висновки і перспективи подальших досліджень у цьому напрямі. Проведене дослідження дозволяє зробити висновки про існування певних проблем у нарощуванні інвестиційного потенціалу страхового сектора України. Серед них необхідно відзначити недостатній рівень поширення страхування в країні, що зумовлює й недостатній обсяг доходів страховиків як джерела інвестиційних ресурсів.

Поки що вітчизняним страховикам не вдалося досягти докризового показника вартості сукупних активів. Недостатніми темпами зростають обсяги валових страхових премій, особливо з ризикових видів страхування. Залишається неефективною структура страхового портфеля в цілому по ринку. В ньому переважають короткострокові види страхування, а на страхування життя припадає близько 11 %. Втім, як показує практика розвинених країн, саме страхування життя є прискорювачем інвестиційних процесів у страховому секторі країни внаслідок свого довготермінового характеру.

У вітчизняних реаліях страхування життя розвивається більш активно, ніж інші види страхового захисту, проте темпи його поширення залишаються недостатніми. В більшості років аналізу галузь страхування життя забезпечувала й прискорене нарощування своїх страхових резервів.

У складі чинників, що забезпечують помірне нарощування інвестиційного потенціалу вітчизняних страховиків, слід відзначити й зростання частки безпечних і доходних об'єктів вкладень в їх портфелях, передусім облігацій внутрішніх державних позик. Зазначений процес має позитивний вплив на зменшення ризиків в інвестиційній діяльності та ймовірних збитків від інвестування.

Обмежувальний вплив на формування інвестиційних активів вітчизняних страхових компаній має значний обсяг страхових премій, що передаються перестраховикам. На сьогодні практично третина зібраних коштів за укладеними договорами страхування передається іншим страховикам, у тому числі й за кордон, що обмежує джерела інвестиційних ресурсів страхового бізнесу.

Подальше нарощування інвестиційного потенціалу страхового сектора України стане можливим за умови розвитку страхової діяльності за всіма

видами страхування. Однак прискорювачем цих процесів повинен стати більш активний розвиток галузі страхування життя як постачальника довгих інвестиційних ресурсів. Розвиток цієї галузі в країні останніми роками забезпечувався переважно за рахунок страхових платежів громадян. Проте різке зниження доходів населення у країні в умовах кризових явищ в економіці не дозволяє сподіватися на значне зростання сум страхових премій за рахунок цього джерела. Тому подальший розвиток страхування життя в країні стане можливим за умови активного поширення корпоративних страхових програм і посилення ролі роботодавців у соціальному захисті своїх працівників за рахунок здійснення страхових платежів.

Для більш активного поширення в Україні забезпечення життя необхідним є його більш дієве стимулювання з боку держави, запровадження додаткових механізмів та інструментів, що забезпечать реальний захист майнових прав страхувальників і застрахованих осіб у періоди економічних криз та політичних потрясінь.

Подальший розвиток інвестиційної діяльності в страховому секторі України буде залежати від успішності реалізації й інших видів страхування, передусім довгострокових, що забезпечить зростання обсягів залучених страхових премій та сформованих власних фінансових ресурсів; ефективного стимулювання інвестицій страховиків у пріоритетні галузі розвитку економіки країни; дієвих засобів обмеження фінансових ризиків, здатних забезпечити фінансову надійність страхових компаній у довгостроковому періоді; належно організованої системи управління інвестиційною діяльністю та інвестиційними ресурсами; наявності ефективних об'єктів інвестування як на фондовому ринку, так і в реальному секторі національного господарства; співпраці страхових компаній з банківськими установами, недержавними пенсійними фондами, компаніями з управління активами з метою формування спільних інвестиційних стратегій; державного сприяння розвитку інвестиційної діяльності страхових компаній шляхом розширення її можливостей та зменшення обмежень.

Потребують суттєвого удосконалення й інвестиційні стратегії вітчизняних страхових компаній. У цьому контексті значне зниження рівня загального ризику інвестиційної діяльності страхових компаній може бути забезпечено за рахунок розробки та реалізації ефективних систем управління інвестиційними ресурсами, використання комплексного CRM моделювання в оцінюванні привабливості фінансових інструментів, впровадження Compliance procedures. Зазначені заходи дозволять уникнути ризиків внутрішнього середовища, що можуть виникнути за умов неефективної системи контролю та внутрішньої взаємодії підрозділів страхової компанії, широкого доступу до інсайдерської інформації тощо.

Сучасний стан розвитку українського фінансового ринку не дозволяє в повній мірі залучити відомі в світовій практиці механізми зовнішнього обмеження інвестиційних ризиків, тому найбільш

доступними для інвестиційних менеджерів страхових компаній залишаються інструменти інвестиційного страхування, отримання гарантій та хеджування.

Для подолання проблем, що гальмують нарощування інвестиційного потенціалу страхового сектора України, необхідною є розробка та реалізація з боку держави заходів інституційного, економічного та організаційно-правового характеру, що будуть сприяти більш активному розвитку в країні накопичувальних видів страхового захисту, залученню громадян і роботодавців до механізмів забезпечення життя, впровадженню на загальнодержавному рівні пенсійного і медичного страхування. Важливими є й заходи для розширення інвестиційних можливостей страховиків щодо вибору об'єктів вкладень, зокрема й за кордоном.

На рівні держави необхідно забезпечити стабільність фінансової системи країни, що дозволить знизити ризики інвестування в банківські інструменти, цінні папери вітчизняних та зарубіжних емітентів та одночасно підвищити рівень диверсифікації вкладень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Алексеев П. А. Особенности развития страховых компаний как институциональных инвесторов в ведущих странах. *Страховое дело*. 2007. № 5. С. 36-41.
2. Залетов О. Державне регулювання інвестиційної діяльності страхових компаній в Україні. *Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. Економіка*. 2016. № 3 (180). С. 25-32.
3. Лебединська Л. Д., Ремньова Л. М. Інвестиційний потенціал банків та страхових компаній. *Чернігівський науковий часопис. Серія 1. – Економіка та управління*. 2011. № 2. С. 91-96.
4. Побоча К. П., Воробей Г. М. Потенціал інвестиційної діяльності страхових компаній на фінансовому ринку України. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – Серія: Економіка і менеджмент*. 2017. Вип. 25 (2). С. 116-119.
5. Гавриляк Т. С. Зарубіжний досвід формування фінансового потенціалу інвестиційної діяльності страхових компаній. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2015. Вип. 25.5. С. 251-257.
6. Махортов Ю. О., Зюбін В. М. Вплив інвестиційного потенціалу страхових компаній на розвиток економіки. *Економічний вісник Донбасу*. 2010. № 2 (20). С. 139-144.
7. Kosova T., Slobodyanyuk N. Securities as an investment instrument for the insurance companies: challenges and opportunities. *Economic Annals-XXI*. 2016. 159 (5-6). P. 85-88.
8. Про страхування : Закон України № 85/96-ВР від 7.03.1996 р. зі змінами і доповненнями. URL : <http://nuczu.edu.ua/sciencearchive/PublicAdministration/vol1/12-18.pdf>.

9. Статистична інформація Державної служби статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

10. Підсумки діяльності страхових компаній : аналітичні матеріали Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг (до 1.07.2020 р.). URL : <http://www.nfp.gov.ua>.

11. Аналітичні матеріали Національного банку України. URL : [http : //www.bank.gov.ua/control/uk/publish/printable_article](http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/printable_article)

REFERENCES

1. Alekseev, P. A. (2007), Osobennosti razvyytiya strakhovykh kompaniy kak ynstytutsional'nykh ynvestorov v veduschykh stranakh, Strakhovoe delo, № 5, s. 36-41.

2. Zaliyev O. (2016), Derzhavne rehuliyuvannya investytsijnoi diial'nosti strakhovykh kompanij v Ukraini, Visnyk Kyivs'koho natsional'noho universytetu im. T. Shevchenka. Ekonomika., № 3 (180), s. 25-32.

3. Lebedyn's'ka, L. D. and Remn'ova, L. M. (2011), Investytsijnyj potentsial bankiv ta strakhovykh kompanij, Chernihivs'kyj naukovyj chasopys. Seriya 1. – Ekonomika ta upravlinnia., № 2, s. 91-96.

4. Pobocho, K. P. and Vorobej, H. M. (2017), Potentsial investytsijnoi diial'nosti strakhovykh kompanij na finansovomu rynku Ukrainy, Naukovyj visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. –

Seriia: Ekonomika i menedzhment., vyp. 25 (2), s. 116-119.

5. Havryliak, T. S. (2015), Zarubizhnyj dosvid formuvannya finansovoho po-tentsialu investytsijnoi diial'nosti strakhovykh kompanij, Naukovyj visnyk NLTU Ukrainy, vyp. 25.5, s. 251-257.

6. Makhortov, Yu. O. and Ziubin, V. M. (2010), Vplyv investytsijnogo potentsialu strakhovykh kompanij na rozvytok ekonomiky, Ekonomichnyj visnyk Donbasu, № 2 (20), s. 139-144.

7. Kosova T. and Slobodyanyuk N. (2016), Securities as an investment instrument for the insurance companies: challenges and opportunities, Economic Annals-XXI, 159 (5-6), p. 85-88.

8. Pro strakhuvannya : Zakon Ukrainy № 85/96-VR vid 7.03.1996 r. zi zminamy i dopovnenniamy, available at : [http:// nuczu.edu.ua/sciencearchive/PublicAdministration/vol1/12-18.pdf](http://nuczu.edu.ua/sciencearchive/PublicAdministration/vol1/12-18.pdf).

9. Statystychna informatsiia Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy, available at : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

10. Pidsumky diial'nosti strakhovykh kompanij : analitychni materialy Natsional'noi komisii, scho zdiysniuie derzhavne rehuliyuvannya u sferi rynkiv finansovykh posluh (do 1.07.2020 r.), available at : <http://www.nfp.gov.ua>.

11. Analitychni materialy Natsional'noho banku Ukrainy, available at : [http : //www.bank.gov.ua/control/uk/publish/printable_article](http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/printable_article).

Стаття надійшла до редакції 25 листопада 2021 року

УДК 338.1

Шевчук В. О.,

victorshevchuk@netscape.net, ORCID ID: 0000-0002-7125-1267,

Researcher ID: F-9951-2019,

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

Соловій Х.,

hristinasolovii07@gmail.com,

бакалавр, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ЕКОНОМІЧНИЙ ВИМІР ВИБОРЧОЇ КАМПАНІЇ 2019 Р. В УКРАЇНІ

***Анотація.** У статті проаналізовано причини істотного сповільнення динаміки валового внутрішнього продукту (ВВП) України відразу ж після завершення виборчої кампанії навесні-влітку 2019 р. Після кризових явищ 2014-2015 рр. відновлення вітчизняного ВВП відбувалося досить успішно до середини 2019 р. Основний висновок полягає у тому, що зміна владної команди позначилася довгостроковими втратами ВВП. Ймовірно пояснення такого явища в експертному середовищі називають у широкому діапазоні: відсутність необхідної концептуальності в економічній політиці, брак інвестицій, спад в аграрному секторі, зменшення вантажообігу, нездатність реформувати систему кланового капіталізму, “відсторонення” НБУ від економічних процесів. З-поміж інших емпіричних результатів отримано, що довгострокове зростання ВВП сприятливо залежить від умов торгівлі та зміцнення гривні (обидва ефекти зберігаються у короткочасному періоді). Примітно, що сприятлива залежність динаміки вітчизняного ВВП від обсягів виробництва країн Євросони має лише короткочасний характер. Можливість коригування довгострокових залежностей у короткочасному періоді достатньо слабка. Перспектива майбутніх досліджень вбачається у тому, щоб виявити конкретні механізми негативного зв'язку між виборчою кампанією 2019 р. і зростанням ВВП.*

Ключові слова: Україна, валовий внутрішній продукт, вибори, обмінний курс, умови торгівлі.

Shevchuk V.,

victorshevchuk@netscape.net, ORCID ID: 0000-0002-7125-1267

Researcher ID: F-9951-2019,

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

Soloviy Hr.,

hristinasolovii07@gmail.com,

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

ECONOMIC DIMENSIONS OF THE 2019 ELECTION CAMPAIGN IN UKRAINE

***Abstrakt.** This article analyzes determinants of a significant slowdown of the gross domestic product (GDP) growth in Ukraine in the wake of the 2019 election campaign. After the crisis of 2014-2015, the recovery of domestic GDP was quite successful until mid-2019. Our main finding is that the electoral results led to the long-term loss of GDP. Likely explanations are seen in the literature within a wide range of factors, such as the lack of conceptuality in economic policy, investment shortages, bad harvests, decrease in the value of transport services, inability to reform the system of crony capitalism, insufficient engagement of the National Bank of Ukraine (NBU) into economic processes etc. Among other empirical results, it is found that the long-term GDP is positively related to the terms-of-trade and the exchange rate appreciation (both relationships are hold in the short run as well). It is worth noting that the positive relationship between domestic GDP and the output of the Eurozone is observed in the short run only. Possibility of the correction of the long-term relationships in the short run is rather weak. The prospect of future research is to identify specific mechanisms of the negative relationship between the 2019 election campaign and GDP growth.*

Key words: Ukraine, gross domestic product, elections, exchange rate, terms-of-trade.

JEL Classification: C13, E30, E65, F43

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2021-65-09>

Постановка проблеми. Після кризових явищ 2014-2015 рр. відновлення вітчизняного ВВП відбувалося досить успішно до середини 2019 р., але надалі – ще до початку пандемії COVID-19 – динаміка цього показника виразно сповільнилася (рис. 1). Якщо у II кв. 2019 р. український ВВП перевищував рівноважний тренд на 5,8%, то у IV кв. 2019 р. – на 2,4%, а в I кв. 2020 р. – лише на 1,8%. Не відкидаючи впливу інших несприятливих чинників, доречно припустити, що зазначене гальмування динаміки ВВП пояснюється особливостями президентської і парламентської виборчих кампаній в 2019 р. та, що гірше, може мати тривалий характер. Емпірична ідентифікація такого факту (або його відсутності) становить практичний інтерес з погляду не лише оцінки поточного стану справ в українській економіці, але й визначення доречних змін в економічній політиці та політичному житті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Напередодні виборчої кампанії 2019 р. економіка України не мала кризових ознак [5, с. 39]. Щоправда, тодішній віце-прем'єр П. Кухта припускав, що ВВП може знизитися внаслідок фактора виборчої кампанії-2019, але обумовлював такий вислід виключно поляризацією майбутньої Верховної Ради та відсутністю надійної парламентської більшості [13, рр. 35-46]. Насправді не трапилося ні першого, ні другого, а тому видавалося, що нова владна команда здатна вивести країну на вищу траєкторію економічного зростання. Втім, цього теж не сталося. Причиною названо брак концептуальності в економічній політиці, що перетворив її у набір спорадичних і мало узгоджених між собою дій [5, с. 33]. Через рік ті ж експерти Фонду Разумкова констатували наростання макроекономічних дисбалансів та внутрішню суперечливість ініційованих інституційних перетворень, навіть попри поліпшення

торговельного балансу, значні перекази від працюючих за кордоном і розширення приватизаційних процесів [7]. Експерти ICU зазначають сприятливий вплив “запасу реформ” попередніх років та оперативної адаптації домашніх господарств і бізнесу до нових умов пандемії COVID-19 на тлі доволі слабких фіскальних стимулів [19].

За даними 2021 р., позиція України у рейтингу економічної свободи від американської неурядової організації Heritage Foundation дещо поліпшилася, головним чином завдяки зниженню податкового тиску, але залишається низькою [11]. Український показник на рівні 56,2 балів поступається не лише європейському (70 балів), але й середньому світовому значенню (61,6 балів). В опитуванні Американської торговельної палати головними перешкодами для підприємницької діяльності виявлено брак верховенства права, корупцію та відсутність економічних реформ [14].

Експерт англійського Chatham House Д. Лаф вважає, що результати діяльності президента В. Зеленського (на яких позначилися наслідки пандемії COVID-19) засвідчують неспроможність керувати без системи кланових зв'язків [2]. Зі свого боку, це загрожує подальшим “захопленням держави” декількома економічними кланами та знищенням деяких найважливіших досягнень реформ, проведених після 2014 р. Хоча вдалося зберегти стабільність гривні та знизити облікову ставку НБУ, а також розпочати роботу за цифровізацією та прозорістю економіки, до провалів владної команди можна віднести: “деформовані” пріоритети (приміром, Фонд боротьби з COVID-19 використовувався на будівництво і реконструкцію доріг), кризові явища в промисловості, спад інвестицій, системну кризу в енергетиці, приватизацію під час рецесії в економіці [6].

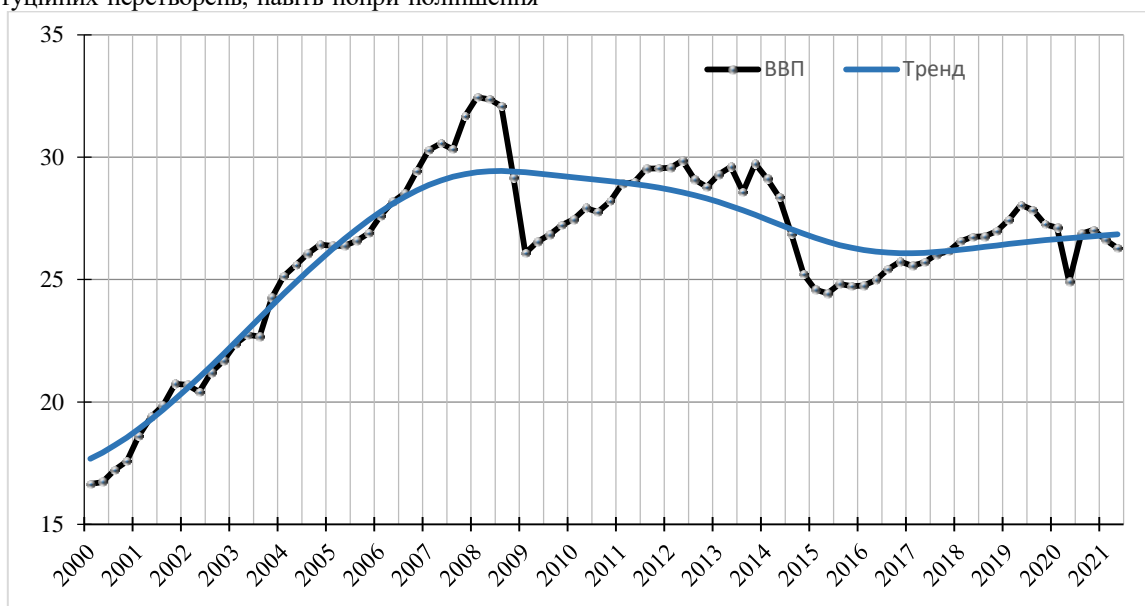


Рис. 1. Фактичний і рівноважний ВВП, 2000-2021 рр. (джерело: [4])

Ще до початку діяльності нової владної команди окрему тривогу викликав той факт, що з 247 народних депутатів, які увійшли до фракції “Слуга народу”, лише окремі особи готові до законодавчої роботи, а інші – достеменні “манекени”, запрограмовані натискати на кнопки [1, с. 210]. Невипадково згідно з опитуванням Європейської бізнес-асоціації в першій половині 2019 р. індекс інвестиційної привабливості України знизився до 2,85 порівняно з 3,07 роком раніше; водночас кількість не задоволених інвестиційним кліматом зросла зі 40 до 57%.

В одному з раніших досліджень отримано, що особливості березня-грудня 2019 р. стали важливою причиною спаду промислового виробництва в Україні [8, с. 146-148]. Поясненням названо те, що перипетії президентських (квітень 2019 р.) і дострокових парламентських виборів (липень 2019 р.) позначилися підвищенням ступеня невизначеності та побоювань щодо майбутнього розвитку подій, яке й зумовило згортання виробничих процесів.

Постановка завдання. Метою даної статті обрано дослідження зв'язку між “електоральною революцією” зразка 2019 р. та змінами ВВП у після-виборчий період. Вихідна гіпотеза полягає у тому, що майбутні труднощі правильно передбачалися вітчизняними та іноземними інвесторами, а це створило необхідне підґрунтя для гальмування економічної динаміки ще за декілька кварталів до початку пандемії COVID-19.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для вивчення наслідків виборчої кампанії 2019 р. у ширшому контексті функціональних залежностей ВВП використано такі показники: Y_t – ВВП (у цінах 1994 р.), E_t – обмінний курс (грн за долар), $NEER_t$ – номінальний ефективний обмінний курс (індекс, 2015=100), $REER_t$ – реальний ефективний обмінний курс (індекс, 2015=100), TOT_t – умови торгівлі, що визначено співвідношенням світових цін експорту (метали) та імпорту (нафта марки Brent). Особливості виборчої кампанії 2019 р. та супутніх змін у політичному житті враховано за допомогою фіктивної змінної $ELECTION_t$ зі значеннями 1 для періоду 2019Q3:2021Q2 та 0 – для решти кварталів. Вплив кризових явищ враховує інша фіктивна змінна – $CRISIS_t$ (1 – 2004Q4, 2008Q3:2009Q3, 2014Q2:2015Q3, 0 – в решті кварталів). Показник ВВП розраховано за даними Держкомстату України [4], показники обмінного курсу отримано з бази даних МВФ International Financial Statistics [12], а світових цін на сиру нафту і метали – з іншої бази даних МВФ [9].

Вихідні дані представлено на рис. 2. Відразу ж після виборів-2019 змінилася на протилежну попередню тенденція до зміцнення гривні, але від початку 2021 р. обмінний курс знову зміцнюється.

Зрозуміло, що з переходом до політики таргетування інфляції (2015 р.) з'явилася волатильність обмінного курсу, якої бракувало в попередні роки. Траєкторія NEER менш стабільна, але загалом немає помітних відмінностей зі змінами обмінного курсу “гривня/долар”. Показник REER залишався стабільним у 2010-2013 рр., головним чином завдяки низькій інфляції. Надалі відбулося стрімке зниження REER (після значної передевальвації гривні в 2014-2015 рр.), яке до середини 2019 р. було практично повністю нівельоване високою інфляцією. Відразу ж після завершення виборчої кампанії-2019 розпочалася поступова девальвація гривні, що позначилося зниженням REER, але станом на осінь 2021 р. цей показник повернувся до значень другої половини 2019 р.

Умови торгівлі поступово погіршувалися до середини 2018 р., але до середини 2019 р. відновилися приблизно до рівня доволі успішних 2010-2011 рр. Надалі умови торгівлі значно поліпшилися від початку 2020 р., що не лише амортизувало вплив пандемії COVID-19, але й створило належне тло для реалізації привабливих гасел на зразок “кінець епохи бідності” чи “повертайся і залишайся” (тим паче з врахуванням численних карантинних обмежень у країнах Європи).

Статистична модель. У табл. 1 подано результати двох тестів на стаціонарність: Дікі-Фуллера (англ. Dickey-Fuller) та Філіпса-Перрона (англ. Phillips-Perron). Оскільки показники ВВП, обмінного курсу і умов торгівлі нестационарні у рівнях і стаціонарні у перших різницях, це передбачає можливість коінтеграції. Таке припущення підтверджено емпірично (табл. 2). Тест Джохансена виявляє присутність щонайменше одного коінтеграційного рівняння. Це означає, що у короткочасному періоді функціональні залежності для ВВП можуть перебувати під впливом довгострокових залежностей.

Використовуючи методологію Ейнджла-Гренджера [10, рр. 251-276], коінтеграція даних, що мають одиничний корінь $I(1)$, дозволяє оцінити довго- і короткострокові залежності для ендогенної змінної:

а) довгострокові залежності (у рівнях)

$$y_t = \alpha + \beta X_t + \varepsilon_t, \quad (1)$$

б) короткострокові залежності (у перших різницях)

$$\Delta y_t = \delta_0 + \sum_{k=1}^n \varphi_k \Delta y_{t-k} + \sum_{k=0}^n \theta_k X_{t-k} - \varnothing \varepsilon_{t-1} + \xi_t, \quad (2)$$

де y_t – ВВП (у логарифмах), X_t – вектор незалежних змінних, ε_t і ξ_t – стохастичні чинники.

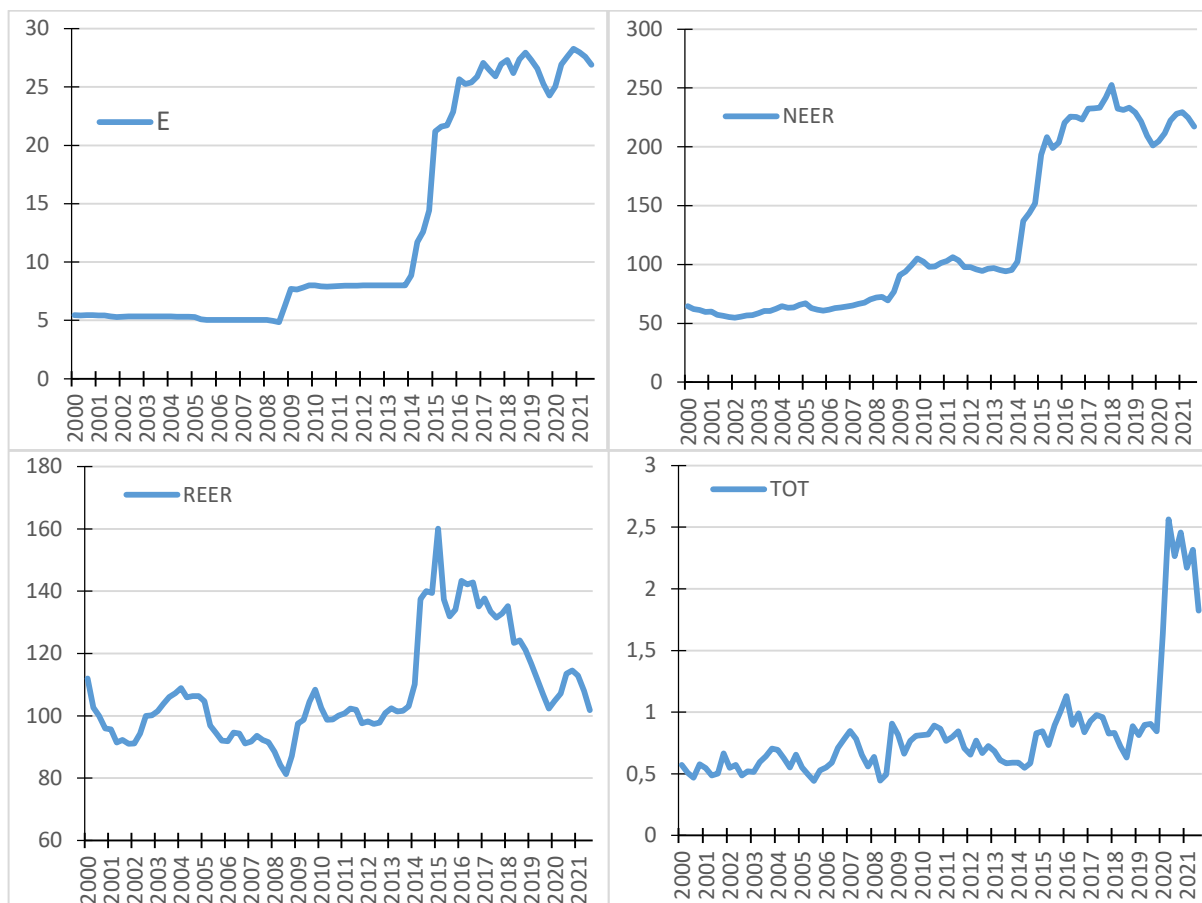


Рис. 2. Вибрані показники для емпіричного дослідження (джерело: [12])

Таблиця 1

Тест на стаціонарність для показників ВВП, обмінного курсу та умов торгівлі

Показники	ADF		PP	
	Рівень	Δ	Рівень	Δ
Y_t	1,03	-6,63***	1,10	-6,70***
TOT_t	0,04	-8,75***	0,03	-8,74***
$YEURO_t$	1,80	-12,56***	1,67	-12,55***
E_t	0,83	-3,24***	1,76	-6,05***
$NEER_t$	1,12	-3,24***	1,85	-6,29***
$REER_t$	-0,11	-7,84***	-0,11	-7,87***

Примітка: в дужках подано значення р-критерію Маккіннона; ***, ** і * означає статистичну значущість на рівні 1%, 5% і 10% відповідно

Таблиця 2

Кointegraційний тест Джохансена

Кількість кointegraційних рівнянь	Trace Statistics		Max Eigenvalue	
	Значення	p-value	Значення	p-value
$r = 0$	35,95	0,04**	24,55	0,02**
$r = 1$	11,41	0,50	6,23	0,76
$r = 2$	5,18	0,26	5,18	0,26

Примітка: використано опцію для двох лагів зі сталою та відсутністю тренду; ***, ** і * – гіпотезу про відсутність кointegraції можна відкинути на рівні статистичної значущості 1%, 5% і 10%

Коефіцієнт \emptyset характеризує вплив довгострокових залежностей на досягнення рівноваги доходу. Присутність такої риси означає присутність механізмів антициклічного регулювання і полегшує проведення стабілізаційної політики.

Вектор незалежних змінних враховує стандартний набір чинників для малої відкритої економіки зі сировинною орієнтацією (ВВП країн Єврозони, умови торгівлі, обмінний курс), який доповнено фіктивними змінними для кризових явищ та виборчої кампанії 2019 р. Можна очікувати, що сприятливими для українського ВВП є чинники попиту на експорт: поліпшення умов торгівлі та зростання ВВП країн Єврозони. Переважно у відкритих економіках подібним є вплив зниження (девальвації) грошової одиниці, однак “залежний” характер української економіки, коли значна частина продукції не може експортуватися або конкурувати з імпортом, не виключає оберненого зв’язку між обома показниками. По-перше, цьому сприяє висока залежність від імпорту як експорту, так і виробництва товарів і послуг для внутрішнього ринку. По-друге, девальвація гривні створює стимули для трудової міграції, що обмежує можливості для збільшення обсягів виробництва. Загалом показник обмінного курсу в обох вимірах – номінальному і реальному – можна вважати зручним опосередкованим індикатором макроекономічних шоків

зовнішнього і внутрішнього походження, зокрема змін в економічній політиці.

Емпіричні результати. Оцінки довгострокових коефіцієнтів подано у табл. 3, а короткострокових – у табл. 4. Як це виявляє коефіцієнт детермінації R^2 , найвищу пояснювальну силу має специфікація регресійної моделі (1) з врахуванням обмінного курсу гривні до долара США. Для оцінок довгострокових коефіцієнтів відповідне значення становить 0,53, а для короткострокових – 0,54. У випадку довгострокових залежностей коефіцієнти R^2 набагато нижчі для специфікацій з NEER та REER. В усіх випадках тест ADF виявляє стаціонарність залишків, що дозволяє адекватну інтерпретацію отриманих результатів.

Отримані результати досить переконливі у тому, що післявиборчі реалії 2019-2021 рр. позначилися досить істотними втратами ВВП у довгостроковому періоді (відповідний коефіцієнт статистично значущий на рівні 1%). Короткочасного впливу на динаміку ВВП практично немає. Це означає, що наслідки “електоральної революції” 2019 р. можуть недооцінюватися широким загалом. Водночас інвестори не мали застережень щодо справжніх можливостей нової владної команди та реальних наслідків “життя по-новому”.

Таблиця 3

Незалежні змінні	Довгострокові залежності для ВВП		
	Залежна змінна u_t		
	(1)	(2)	(3)
tot_t	1,170 (4,22 ^{***})	1,270 (2,96 ^{***})	1,046 (4,02 ^{***})
e_t	-0,114 (-2,11 ^{**})		
$neer_t$		-0,162 (-1,63 [*])	
$reer_t$			-0,650 (-3,13 ^{***})
$CRISIS_t$	0,482 (2,82 ^{***})	0,346 (1,72 [*])	0,117 (0,87)
$ELECTION_t$	-1,950 (-5,08 ^{***})	-2,038 (-3,22 ^{***})	-1,766 (-3,49 ^{***})
R^2	0,53	0,22	0,27
ADF	-3,30 ^{***}	-3,32 ^{***}	-3,19 ^{***}

Примітка: тут і далі в дужках подано t-критерій Стюдента; ^{***}, ^{**}, ^{*} означає статистичну значущість на рівні 1%, 5% і 10% відповідно

Таблиця 4

Незалежні змінні	Короткострокові залежності для ВВП		
	Залежна змінна Δu_t		
	(1)	(2)	(3)
$\Delta ueuro_t$	0,827 (6,23 ^{***})	0,904 (6,33 ^{***})	0,924 (6,50 ^{***})
Δtot_t	0,029 (1,82 [*])	0,025 (1,49)	0,029 (1,70 [*])
Δe_t	-0,166 (-4,19 ^{***})		
$\Delta neer_t$		-0,092 (-1,84 [*])	
$\Delta reer_t$			-0,077 (-1,53)
$CRISIS_t$	-0,017 (-2,43 ^{**})	-0,026 (-3,53 ^{***})	-0,030 (-4,70 ^{***})
$ELECTION_t$	-0,008 (-0,89)	0,004 (0,40)	0,007 (0,76)
ε_{t-1}	-0,034 (-1,30)	-0,045 (-2,06 ^{**})	-0,057 (-2,55 ^{**})
R^2	0,54	0,49	0,50
ADF	-8,67 ^{***}	-8,29 ^{***}	-8,44 ^{***}

Отримані оцінки впливу виборчої кампанії 2019 р. на вітчизняний ВВП враховують залежність цього показника від умов торгівлі, обмінного курсу та ВВП країн Єврозони. Поліпшення умов торгівлі недвозначно збільшує ВВП у довгостроковому періоді (відповідний коефіцієнт значущий на рівні 1%), тоді як вплив стає слабшим у короткочасному періоді. Оскільки зі середини 2019 р. умови торгівлі поліпшувалися, це виключає пояснення спаду ВВП зразка 2019 р. погіршенням цінових співвідношень на світових сировинних ринках. Відповідно, підсилюється висновок щодо обумовленості спаду ВВП перипетіями виборчої кампанії.

Девальвація гривні має рестрикційний вплив в обох вимірах: коротко- і довгостроковому. Загалом такі оцінки підтверджують результати раніших досліджень [15, pp. 97-113; 16, pp. 34-47; 17, pp. 186-195; 18, pp. 205-213]. Якщо використати показник NEER, залежність ВВП від обмінного курсу дещо слабше. Обернена залежність ВВП від REER має лише довгостроковий характер. Відповідний коефіцієнт для *Deer*, теж від'ємний, але йому бракує статистичної значущості.

Натомість залежність вітчизняного ВВП від ВВП країн Єврозони простежується лише у короткочасному періоді. Це означає, що процес євроінтеграції не позначився глибокими структурними змінами, необхідними для довгострокового економічного зростання. Щонайбільше сприятливими стають імпульси з боку попиту на експорт таких товарів традиційного українського експорту, як метали чи аграрна продукція. Останнім часом в експорті до країн ЄС зростає частка продукції машинобудування, але поки що цього недостатньо для отримання сприятливого довгострокового ефекту.

Дещо несподівано кризові явища 2008-2009 рр., 2014-2015 та 2020-2021 рр. виглядають чинником збільшення ВВП у довгостроковому періоді, маючи інтуїтивно очікуваний несприятливий короткочасний вплив. Таким чином простежується виразна асиметрія коротко- і довгострокових наслідків кризових явищ.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Проведене дослідження демонструє, що дві виборчі кампанії 2019 р. – президентська і парламентська – позначилися довгостроковим спадом ВВП (втім, без несприятливого короткочасного ефекту). Такий висновок може пояснюватися негативними очікуваннями щодо майбутньої економічної політики, які, зрештою, матеріалізувалися після формування нової владної команди президента В. Зеленського. З-поміж інших емпіричних результатів доведено, що зростання ВВП потужно залежить від сприятливих співвідношень у зовнішній торгівлі, що переконливо засвідчує сировинний характер вітчизняної економіки. Як це передбачають реалії “залежної” економіки, девальвація гривні перешкоджає збільшенню ВВП у коротко- і довгостроковому періодах. Зрозуміло, що це заперечує переваги “стимулюючої” монетарної політики НБУ, яка так чи інакше матиме наслідком знецінення грошової одиниці. Не

менш важливим “сигналом” для економічної політики є відсутність очікуваного сприятливого впливу євроінтеграції на економічне зростання у довгостроковому періоді (відповідний ефект обмежується короткочасною динамікою ВВП). Можливість коригування довгострокових залежностей у короткочасному періоді достатньо слабка.

Перспектива майбутніх досліджень вбачається у тому, щоб виявити конкретні механізми негативного зв'язку між виборчою кампанією 2019 р. і зростанням ВВП. Зокрема, йдеться про вплив на окремі компоненти ВВП: інвестиції, приватне споживання, урядові видатки, експорт та імпорт. Не меншої уваги заслуговує поведінка іноземних інвесторів. Нарешті, вартує дослідити залежність від виборів 2019 р. процесу інституційних перетворень в Україні.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бушанський В. Післявиборча Україна у глобальному світі // Виборчий процес 2019 року в Україні у світлі суспільних очікувань / за ред. О. М. Майбороди. Київ : Інститут політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2019. С. 192-224.
2. Лаф Д. Система кланового капіталізму в Україні. Складність демонтажу “системи”. Лондон : Chatham House (Королівський інститут міжнародних відносин), 2021. 41 с.
3. Ляшенко Т. Перспективи соціально-економічного і політичного розвитку країни // Виборчий процес 2019 року в Україні у світлі суспільних очікувань / за ред. О. М. Майбороди. Київ : Інститут політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2019. С. 171-191.
4. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
5. Рік діяльності Президента Володимира Зеленського: здобутки і прорахунки. Київ : Центр Разумкова, 2020. 124 с.
6. Тенденції 2020-го та прогноз на 2021-й: політика, економіка та зовнішні відносини України. Київ : Міжнародний центр перспективних досліджень, 2020. 30 с.
7. Україна 2020-2021: невідповідні очікування, неочікувані виклики (аналітичні оцінки). Київ : Центр Разумкова, 2021. 304 с.
8. Шевчук В. Внутрішні та зовнішні чинники контрастного спаду промислового виробництва в економіці України зі середини 2019 р. Матеріали міжн. наук.-практ. конф. “Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення” (Львів, 18-19 червня 2020 р.). Львів : Торговельно-економічний університет. С. 146-147.
9. Commodity prices. URL: <https://www.imf.org/en/Research/commodity-prices>.
10. Engle R., Granger C. W. Cointegration and Error Correction: Representation Estimation and Testing. *Econometrica*. 1987. No. 2(55). P. 251-276.

11. Index of Economic Freedom 2021: Ukraine. Washington, DC : Heritage Foundation, 2021. P. 420-421.

12. International Financial Statistics. URL: <https://data.imf.org/?sk=4c514d48-b6ba-49ed-8ab9-52b0c1a0179b>.

13. Kukhta P. Macroeconomic policies. Reforms in Ukraine after Revolution of Dignity: What was done, why not more and what to do next. I. Miklos, P. Kukhta (Eds.). Kyiv : Strategic Advisory Group for Support of Ukrainian Reforms, 2019. P. 35-46.

14. Results of Ukraine business climate survey: A year of lockdown. Kyiv : American Chamber of Commerce, 2021. 22 p.

15. Shevchuk V. The real and nominal exchange rate effects of large devaluations in Ukraine. *Argumenta Oeconomica Cracoviensia*. 2016. Vol. 3. No. 14. P. 97-113.

16. Shevchuk V. The Impact of Anticipated and Unanticipated Exchange Rate Variability in Ukraine. *Visnyk of the National Bank of Ukraine*. 2017. No. 241. P. 34-47.

17. Determinants of the current account balance and output in Ukraine / Shevchuk V., Sychak V., Zaverbnyj A., Baranetska O. Financial and credit activity: problems of theory and practice. 2019. Vol. 3. No. 30. P. 186-195.

18. Shevchuk V. Exchange-rate pass-through in Ukraine. The 13th Professor Aleksander Zelias International Conference on Modelling and Forecasting of Socio-Economic Phenomena. M. Papież, S. Śmiech (Eds.). Cracow : Wydawnictwo Małopolskiej Szkoły Administracji Publicznej Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, 2020. P. 205-213.

19. Ukrainian Economy: Stuck in Limbo. Kyiv : Investment Capital Ukraine, 2021. 25 p.

REFERENCES

1. Bushanskyj, V. (2019), Pisljavyborcha Ukraina u globalnomu sviti, In: Vyborchij process 2019 roku v Ukraini u svitli suspilnych ochikuvan, O. Majboroda (red.), Instytut Politychnych i Ethnonatsionalnych doslidzhen by I. Kuras of NAN Ukrainy, Kyiv, pp. 192-224.

2. Laf, D. (2021), Systema klanovoho kapitalizmu v Ukraini, Skladnist' demontazhu systemy, Chatham House, London.

3. Lyashenko, T. (2019), Perspektyvy sotsialno-ekonomichnoho i politychnoho rozvytku krainy, In: Vyborchij process 2019 roku v Ukraini u svitli suspilnych ochikuvan, O. Majboroda (red.), Instytut Politychnych i Ethnonatsionalnych doslidzhen by I. Kuras of NAN Ukrainy, Kyiv, pp. 171-191.

4. Ofitsijnyj web-site Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy, available at: <http://www.ukrstat.gov.ua>

5. Rik dijalnosti Prezydenta Volodymyra Zelenskoho: zdobutky i prorachunki (2020), Tsentrazumkova, Kyiv.

6. Tendentsii 2000-ho ta prognoz na 2021-j: polityka, ekonomika ta zovnishni vidnosyny Ukrainy, Mizhnarodnyj tsentr perspektyvnykh doslidzen', Kyiv.

7. Ukraina 2020-2021: nevypravdani ochikuvannia, neochikuvani vyklyky (analitychni otsinky) (2021), Tsentrazumkova, Kyiv.

8. Shevchuk, V. (2020), Vnutrishni ta zovnishni chynnyky kontrastnoho spadku promyslovoho vyrobnytstva w ekonomitsi Ukrainy zi seredyny 2019 r., Materialy mizhn. nauk.-prakt. konf. "Suchasni napryamy rozvytku ekonomiky, pidprijemnytstva, tehnologij ta jich pravovoho zabezpechennya" (Lviv, 18-19 chervnya 2020 r.), Torhovelno-ekonomichnyj universytet, Lviv, pp. 146-147.

9. Commodity prices, available at: <https://www.imf.org/en/Research/commodity-prices>.

10. Engle, R., Granger C. W. (1987), Cointegration and Error Correction: Representation Estimation and Testing, *Econometrica*, No. 2(55), pp. 251-276.

11. Index of Economic Freedom 2021: Ukraine (2021), Heritage Foundation, Washington, DC, pp. 420-421.

12. International Financial Statistics, available at: <https://data.imf.org/?sk=4c514d48-b6ba-49ed-8ab9-52b0c1a0179b>.

13. Kukhta, P. (2019), Macroeconomic policies, In: Reforms in Ukraine after Revolution of Dignity: What was done, why not more and what to do next, I. Miklos, P. Kukhta (Eds.), Strategic Advisory Group for Support of Ukrainian Reforms, Kyiv, pp. 35-46.

14. Results of Ukraine business climate survey: A year of lockdown (2021), American Chamber of Commerce, Kyiv.

15. Shevchuk, V. (2016), The real and nominal exchange rate effects of large devaluations in Ukraine, *Argumenta Oeconomica Cracoviensia*, vol. 3, No. 14, pp. 97-113.

16. Shevchuk, V. (2017), The Impact of Anticipated and Unanticipated Exchange Rate Variability in Ukraine, *Visnyk of the National Bank of Ukraine*, No. 241, pp. 34-47.

17. Shevchuk V., Sychak V., Zaverbnyj A., Baranetska O. (2019), Determinants of the current account balance and output in Ukraine, Financial and credit activity: problems of theory and practice, vol. 3, No. 30, pp. 186-195.

18. Shevchuk, V. (2020), Exchange-rate pass-through in Ukraine, The 13th Professor Aleksander Zelias International Conference on Modelling and Forecasting of Socio-Economic Phenomena, M. Papież and S. Śmiech (Eds.), Wydawnictwo Małopolskiej Szkoły Administracji Publicznej Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Cracow, pp. 205-213.

19. Ukrainian Economy: Stuck in Limbo (2020), Investment Capital Ukraine, Kyiv.

Стаття надійшла до редакції 11 листопада 2021 року

УДК 657.1 : 658.1

*Головацька С.,
svitlana-14-10@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-1671-1718,
Researcher ID: G-2576-2019,*

к.е.н., доц., професорка кафедри обліку, контролю, аналізу та оподаткування, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

*Бурденко І.,
y.burdenko@uabs.sumdu.edu.ua, ORCID ID: 0000-0002-5388-2014,
к.е.н., доц., доцентка кафедри бухгалтерського обліку та оподаткування, Сумський державний університет, м. Суми*

*Нагірська К.,
katya_nagirska@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-2792-8162,
к.е.н., доц., доцентка кафедри обліку і аудиту, Луцький національний технічний університет, м. Луцьк*

*Король А.,
anna.korol.2002.31@gmail.com,
бакалавр, Сумський державний університет, м. Суми*

БІХЕВІОРИСТИЧНА МОДЕЛЬ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ У БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ В УМОВАХ РИЗИКУ ТА НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

***Анотація.** Умови невизначеності та ризику стрімко поглинають кожну сферу діяльності, адже модернізований світ - це часті економічні зміни, фінансові кризи і висока конкуренція. Посидуючи все це у своїй роботі, бухгалтер витрачає максимальний рівень інтелектуальної та емоційної складової, що з плином часу може не тільки відобразитися на його зовнішньому стані, а й привести до пригнічення й хвороб, і в результаті до неефективної роботи та прийняття неправильних та неефективних рішень. Біхевіористична модель ставить на меті аналіз усіх психофізіологічних факторів та застосування їх – у разі позитивного впливу на стан працівника, або ж їх мінімізація – у разі, якщо вплив є негативним та шкідливим. Застосування поведінкової моделі допоможе не тільки зберегти значну кількість емоційних та інтелектуальних втрат облікового працівника, а ще й стабілізувати діяльність підприємства, що прямо залежить від його стану. Стаття присвячена дослідженню зв'язку біхевіористичної моделі на прийняття рішень бухгалтером в умовах ризику та невизначеності. Невизначеністю у цьому аспекті є не співпадіння практичних ситуацій з нормативними документами, при цьому обліковець повинен самостійно приймати рішення та втілювати його. Бухгалтер аналізує придатність кожного показника: як різні користувачі можуть його сприйняти, яка адекватність показника реальним процесам або очікуванням, який вплив можуть здійснити альтернативні облікові процедури на формування управлінських рішень. Інтелектуальне чи емоційне напруження бухгалтера доволі часто досягає максимального рівня, особливо під час складання звітів та проведення перевірок. Для стабілізації таких ситуацій можна використовувати моделі біхевіористичної теорії. У статті запропонована найдоречніша з них та представлені шляхи її практичного застосування, що є беззаперечно необхідним у беззбитковому та ефективному функціонуванні підприємства. Практичне її застосування може знадобитися при аналізі помилок в роботі бухгалтера та при бажанні позбутися негативних факторів та оптимізувати діяльність підприємства.*

Ключові слова: поведінкова доктрина, біхевіористична модель, система бухгалтерського обліку, прийняття рішень, умови невизначеності.

*Holovatska S.,
svitlana-14-10@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-1671-1718,
Researcher ID: G-2576-2019,
Ph.D., Associate Professor, Professor of the Department of Accounting, Control, Analysis and Taxation,
Lviv University of Trade and Economics, Lviv*

Burdenko I.,

y.burdenko@uabs.sumdu.edu.ua,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Accounting and Taxation, Sumy State University, Sumy

Nahirska K.,

katya_nagirska@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-2792-8162,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Accounting and Audit, Lutsk National Technical University, Lutsk

Korol A.,

anna.korol.2002.31@gmail.com,

Bachelor's degree student, Sumy State University, Sumy

BEHAVIORISTIC MODEL OF ACCOUNTING DECISION-MAKING UNDER THE CONDITIONS OF RISK AND UNCERTAINTY

Abstract. *Uncertainty and risk are rapidly absorbing every sphere of activity, as the modernized world is accompanied by frequent economic changes, financial crises and high competition. Combining all this in his work, the accountant spends the maximum level of intellectual and emotional component, which over time can not only affect his appearance, but also lead to depression and diseases, and as a result to inefficient work and making wrong and ineffective decisions. The behavioristic model aims to analyze all psychophysiological factors and apply them - in the case of a positive impact on the condition of the employee, or minimize them - if the impact is negative and harmful. The application of the behavioristic model will help not only to save a significant amount of emotional and intellectual losses of the accountant, but also to stabilize the activities of the enterprise, which directly depends on his condition. The article is devoted to the study of the relationship between the behavioristic model and the decision-making of an accountant under conditions of risk and uncertainty. Uncertainty in this aspect is not the coincidence of practical situations with regulations, in this case, the accountant must make his own decisions and implement them. The accountant analyzes the applicability of each indicator: how different users may perceive it, what is the adequacy of the indicator to real processes or expectations, what is the impact of alternative accounting procedures on the formation of managerial decisions. The intellectual or emotional tension of an accountant often reaches its maximum, especially when compiling reports and conducting audits. Models of behavioristic theory can be used to stabilize such situations. The article offers the most relevant of them and presents ways of its practical application, which is indisputably necessary for the break-even and efficient operation of the enterprise. Its practical application may be needed when analyzing errors in the work of an accountant and if desired to get rid of negative factors as well as to optimize the company's activities.*

Key words: behavioral doctrine, behavioristic model, accounting system, decision making, conditions of uncertainty.

JEL Classification: G20, G24, L81, O16

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2021-65-10>

Постановка проблеми. На сьогоднішній день процес роботи бухгалтера є значно складнішим та більш різноманітним у порівнянні з цим механізмом у соціалістичні часи. На зміну “стандартній” роботі прийшла творча, яка постійна змінюється і потребує самовдосконалення й розвитку. Не слід забувати й про те, що умови невизначеності та ризику стрімко поглинають майже кожну сферу, адже модернізований світ – це часті економічні зміни, фінансові кризи і висока конкуренція. Поєднуючи все це у своїй роботі, бухгалтер витрачає максимальний рівень інтелектуальної та емоційної складової свого здоров’я, що з плином часу може не тільки відобразитися на його зовнішньому стані, а й привести до пригнічення й хвороб і в результаті до

неефективної роботи та прийняття неправильних рішень.

Тому біхевіористична модель ставить на меті аналіз усіх психофізіологічних факторів та застосування їх – у разі позитивного впливу на стан працівника, або ж їх мінімізацію – у разі, якщо вплив є негативним та шкідливим. Застосування поведінкової моделі допоможе не тільки зберегти значну кількість емоційних та інтелектуальних втрат обліковця, а ще й стабілізувати діяльність підприємства, що прямо залежить від стану бухгалтера.

Отже, постає проблема у виборі такої моделі з урахуванням усіх поведінкових чинників та специфічності роботи бухгалтера та її практичного застосування на підприємстві.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженню поведінкової доктрини та її впливу на процес прийняття рішень значну увагу приділяли американські вчені, зокрема Дж. Уотсон у праці “Психологія очима біхевіориста”, Е. Торндайк, Е. Брунсвік, Дж. Міллер, Р. Солсо. Пізніше Дж. Міллер, С. Галантер і К. Прібрам ввели у біхевіористичну теорію принцип зворотного зв'язку. Проблемами досліджень біхевіористики для облікової теорії займалися К. Девине, Д. Бирнберг і М. Шилдс, що ввели поняття, відоме як “біхевіористичний бухгалтерський облік”. Серед інших дослідників, праці яких присвячені розгляду проблем облікової теорії та біхевіористичного підходу, Я. В. Соколов. Серед вітчизняних науковців можна виділити праці Р. Романів [7], О. Бондаренко [1], П. Куцика [3. 12], І. Садовської [13], Ю. Слюсаренко, М. Козлова [2. 11] та ін.

Постановка завдання. Метою статті є детальне дослідження біхевіористичних моделей, їх особливостей та відповідно до цього – визначення найдоречнішої з них для системи бухгалтерського обліку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Класичну та базову формулу біхевіористичної теорії навів Дж. Уотсон у своїй праці “Психологія очима біхевіориста” (1913 рік) (рис. 1). Він відстоював тезу, що дослідження психіки повинні зводитися до вивчення поведінки через аналіз зв'язків між стимулами і, що виникають на їх основі, реакціями (принцип “суміжності” (contiguity) стимулу і реакції) [1].

Інтерпретуємо сутність цієї формули через застосування у системі бухгалтерського обліку, а саме: будь-який стимул (внутрішній чи зовнішній) визначає певну модель поведінки бухгалтера, основу формування його професійного судження.

На довгі десятиліття формула “стимул-реакція” (S-R) стала розглядатися як універсальна основа для інтерпретації поведінки. Сформульовані Уотсоном принципи отримали дуже велике поширення і подальший різноплановий розвиток [1].

Значний внесок у розвиток біхевіористичної теорії зробив Е. Торндайк, який доповнив цю

формулу складовою “підкріплення”. Тобто формула біхевіоризму за Торндайком мала вигляд, як на рис. 2.

Зауважимо, що вагомою складовою класичної формули Дж. Уотсона стало “підкріплення”, відповідно до якого відбуватиметься дія чи формуватиметься думка.

Спираючись на розуміння механізму поведінки як зв'язку стимулу (документу) і реакції (реагування бухгалтера), прибічники застосування біхевіоризму зробили висновок про те, що робота бухгалтера попадає під чітку стандартизацію з набором заданих рішень і правом вибору, тобто професійним судженням. Як зазначає А. А. Солоненко, це дозволило застосувати принципи біхевіоризму в фінансовому обліку в межах представлення звітних даних у більш зручному вигляді для різних груп користувачів [5].

Потрібно підкреслити, що бухгалтер аналізує придатність кожного показника: як різні користувачі можуть його сприйняти, яка адекватність показника реальним процесам або очікуванням, який вплив можуть здійснити альтернативні бухгалтерські процедури на формування управлінських рішень. У зв'язку зі складовими інформаційної схеми (вхід, обробка, вихід) виділяють три оцінки кожного проміжного етапу, який проходить бухгалтерська інформація. На вході беруть до уваги: обсяг даних, їх змістову характеристику, спосіб представлення, характеристику завдання; при обробці – особистісні характеристики бухгалтерів та їх оточення, що здійснюють вплив на їх рішення; на виході – об'єм вихідних даних, їх змістову характеристику, самооцінку рішень бухгалтера [6].

Для оцінки ефективності прийняття рішень бухгалтером Я. В. Соколов пропонує застосовувати три моделі:

- лінзи Брунсвіка (імовірнісний функціоналізм);
- стохастичну;
- когнітивну.

Аналіз та порівняння цих моделей здійснено у таблиці 1.

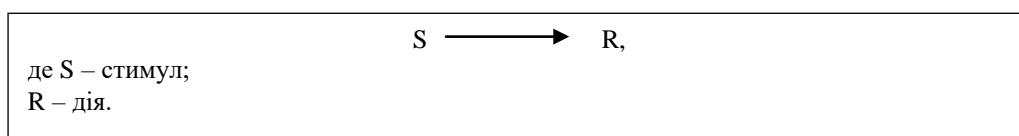


Рис. 1. Формула біхевіористичної теорії за Дж.Уотсоном
Джерело: сформоване на основі [2,3]

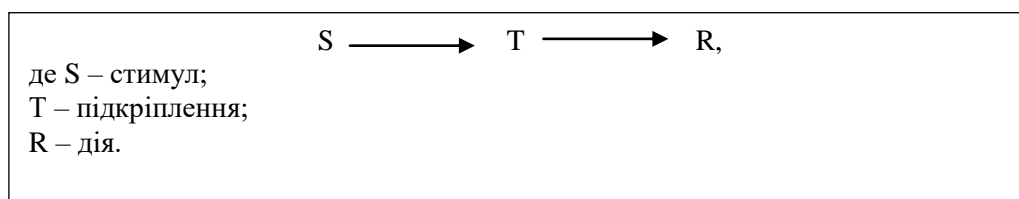


Рис. 2. Формула біхевіоризму за Торндайком

Порівняння моделей поведінкової доктрини

Критерій порівняння	Назва моделі			
	Лінзова	Стохастична	Когнітивна	
Вчені, які займалися розробкою, рік	Е. Брунсвік (1947)	Дж. Міллер і Н. Хомський – “Психолінгвістика другого покоління” (1963)	Дж. Міллер, Є. Галантер і К. Прібрам - “Плани і структура поведінки” (1965)	Р. Солсо – “Когнітивна психологія” (2006)
Основні положення	Кожен індивід по-різному “читає” інформацію, яка по-різному впливає на індивіда	“Зародження” судження ґрунтується на теорії ймовірності та залежить від вже отриманого досвіду. В основу покладений байєсовський підхід	Заміна класичної формули біхевіоризму на “Т-О-Т-Е” (“Test-Operate-Test-Exit” - проба-операція-проба-вихід), вивчає відношення між стимулом і реакцією на основі зворотного зв'язку, зв'язок образу й плану	Спочатку з'являється стимул, потім його “розпізнає” сенсорна система, зберігає його в пам'яті та реагує на нього, тобто вивчає те, як індивідууми отримують інформацію... як вона перетворюється у знання і як ці знання впливають на поведінку, тобто охоплює весь діапазон психологічного процесу [6, с. 5]
Недоліки		Ситуації не є детермінованими, а отже, й наявність складових більше покладається на теорію ймовірності	Відходження від основних положень поведінкової теорії	Головною складовою є пам'ять
Переваги	Індивідуальність людини є найголовнішим при визначенні ефекту	Поєднання знань та досвіду	“Внутрішні” стимули більш вагомі за “зовнішні”	Охоплює всю систему психологічного процесу прийняття рішень

Джерело: власна розробка авторів

Підсумовуючи дані, які наведені у таблиці, підкреслимо особливості розглянутих моделей.

Що стосується лінзової моделі Брунсвіка, то основною ідеєю та найголовнішою перевагою є питання індивідуальності, тобто на кожен невизначений процес, який відбувається у навколишньому середовищі, існує суб'єктивний аналіз та відповідна особлива реакція.

Розглядаючи стохастичну модель, якій особливе місце приділено у праці Дж. Міллера і Н. Хомського – “Психолінгвістика другого покоління” (1963), можна стверджувати, що основною ідеєю у цій системі є певна ймовірність та “хаотичність” ситуацій. На нашу думку, такий підхід можна використовувати для біхевіористичного спрямування у бухгалтерській роботі, проте все ж таки він певним чином є недетермінованим та потребує значного

втручання математичного аналізу для обробки такого масиву інформації.

Якщо розглядати когнітивну модель, то можна прослідкувати, як поділилися погляди вчених на цю ситуацію. Дж. Міллер, Є. Галантер і К. Прібрам у своїй праці “Плани і структура поведінки” (1965) вивчали даний механізм як реакцію стимулу та дії на когнітивні функції людини, що не відповідає формулі біхевіоризму та певним чином відходить від головної ідеї поведінкової доктрини. Тому, як ми вважаємо, ця модель не є релевантною для біхевіористичного обліку. Проте, розглядаючи вчення Р. Солсо про когнітивний механізм, можна погодитися з тим, що аналіз впливу певних факторів на прийняття людиною рішень повинен відбуватися з урахуванням усього спектра психофізичних та навколишніх даних. Та все ж таки цю модель не зо-

всім доречно використовувати у нашому випадку, адже головним елементом у цій ситуації є зв'язок короткострокової, довгострокової пам'яті зі стимулом та відповідною реакцією, що також відходить від класичної системи біхевіористичної доктрини.

На нашу думку, найдоречнішою моделлю, яка дозволяє бухгалтеру приймати релевантне рішення в умовах невизначеності при отриманні масиву інформації, є лінзова модель Брунsvіка, яка базується на накопиченому досвіді і знаннях.

Як вже зазначалося раніше, саме лінзова модель Брунsvіка (модель імовірнісного функціоналізму) підходить для застосування її основних принципів у роботі бухгалтера, спираючись на певні положення біхевіористичної доктрини. Проте, чи є це застосування ефективним та як саме воно відбувається, потрібно детально проаналізувати.

Навколишній світ, бізнес є непередбачуваними та ризикованими, в яких знання чи сприйняття ситуації, закономірного характеру є складною системою поведінкового механізму, а їх аналіз та усвідомлення здійснюються суб'єктивно, спираючись на досвід та знання. Для того, щоб дослідити та дати наукове окреслення процесу сприйняття навколишніх факторів та на цьому підґрунті винесення певних рішень, Е. Брунsvік створив модель лінзи та запропонував використовувати її при розгляді різних стадій цього складного процесу.

Потрібно підкреслити, що сама назва моделі прямо описує її основні положення. Адже, як і звичайна лінза охоплює розсіяне світло і зосереджується на одній точці на сітківці, так і сенсорна система людини "відфільтровує" потік навколишніх факторів. Як уже зазначалося, не кожен фактор є "корисним" для сприймаючого, тому центральну позицію в цій моделі у процесі сприйняття займають саме доцільні сигнали.

Головною ідеєю лінзової моделі є індивідуальність кожної людини, тобто зовнішні стимули сприймаються суб'єктивно та прямо залежать від прожитого в минулому досвіду та теперішніх почуттів.

Для більш детального розгляду моделі Брунsvіка пропонуємо розглянути її схематично, за допомогою рисунку 3, який наведений нижче.

Потрібно додати, що ця модель може використовуватися не тільки з точки зору психології, а й у таких прикладних науках, як математика, авіабудування, морська навігація та у багатьох інших. Саме тому доцільно розглянути даний механізм на прикладі бухгалтерського обліку, а саме: яким чином впливають зовнішні чинники на прийняття рішень бухгалтера.

Пропонуємо розглянути це на прикладі прийняття такого рішення бухгалтером, як пропозиції щодо фінансової оптимізації підприємства (рис. 4).

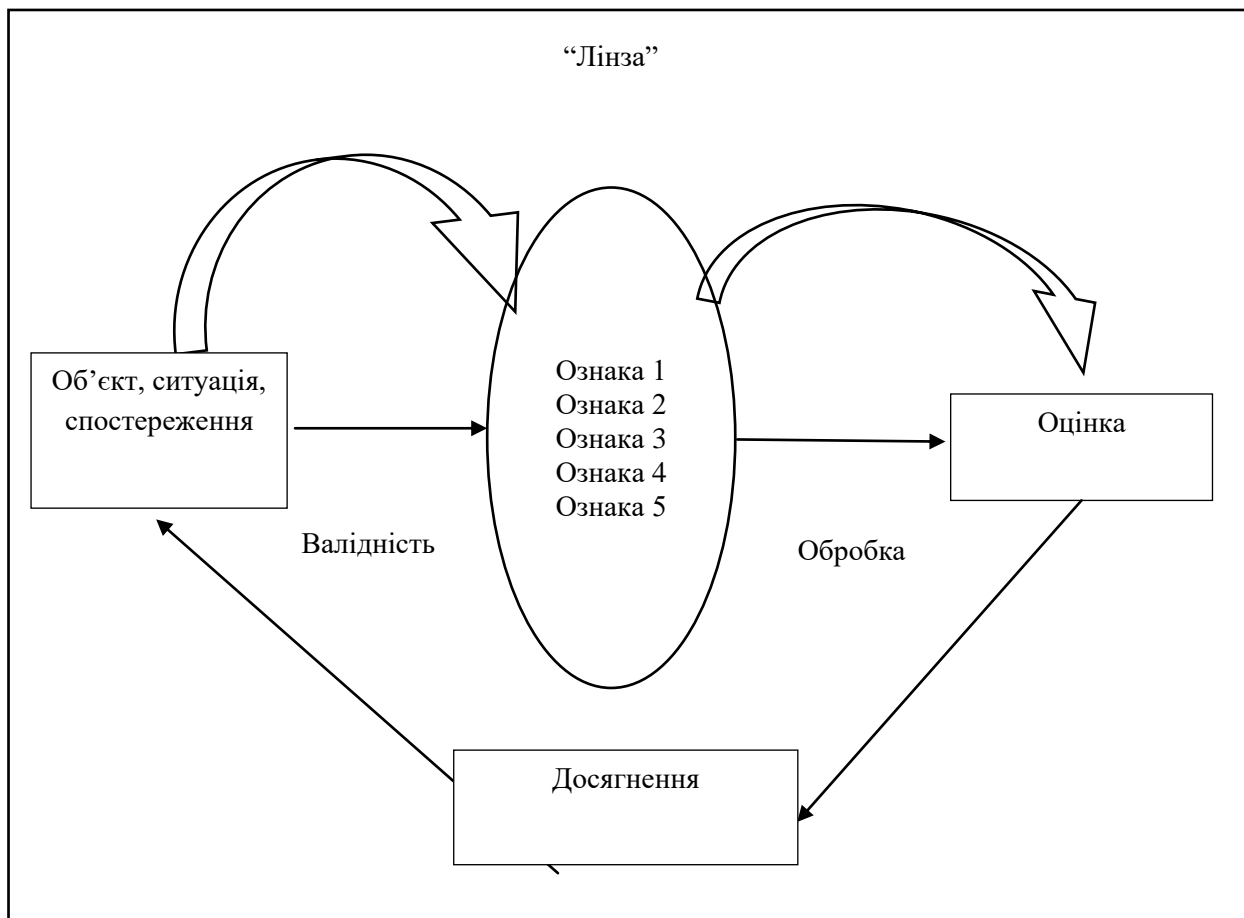


Рис. 3. Лінзова модель Брунsvіка

Джерело: створено на основі [8]

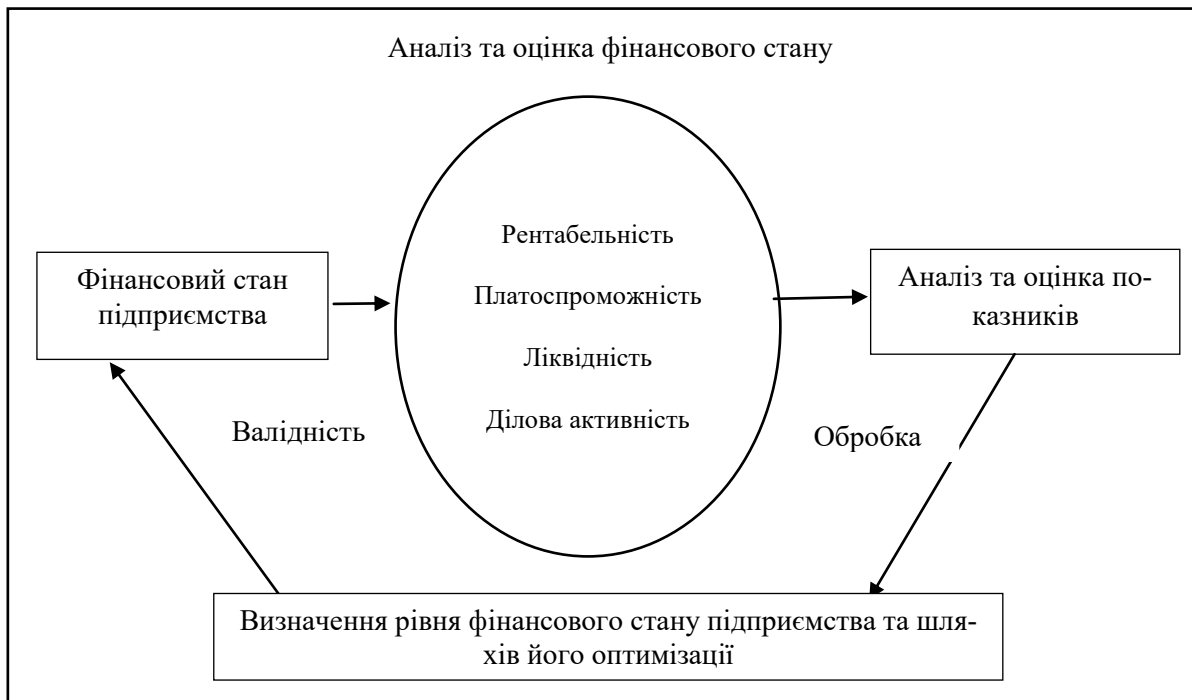


Рис. 4. Приклад використання лінзової моделі Брунsvіка при прийнятті рішення щодо пропозиції з покращення фінансового стану підприємства

Джерело: власна розробка авторів

Потрібно додати, що модель Брунsvіка допомагає не тільки виявити вплив зовнішніх сигналів на механізм прийняття рішень, а також нейтралізувати такий фактор, як “порушення закономірного характеру”. Цей чинник передбачає такі ситуації, коли при знайомих та вже колись минулих обставинах можуть виникати певні проблеми зі спотворенням їх сприйняття. Е. Брунsvік запропонував використовувати екологічну валідність задля правильного, хоч й імовірного, відношення реакції сприймаючого до сигналів навколишнього середовища. В її основу покладено певний “закон”, відповідно до якого інтерпретація інформації буде правильною у тому випадку, коли доцільність проксимального стимулу – властивість сприйняття ознаки дистального стимулу, - буде відповідати характеристикам дистального стимулу – об’єкта в матеріальному окресленні. Не менш важливим є той факт, що для адекватного сприйняття зовнішніх сигналів необхідною умовою є визначення головних, “істинних” стимулів із урахуванням змін проксимальних ознак, які впливають на сенсорну систему, що, у свою чергу, становить прямий та беззаперечний вплив на прийняття рішення.

На прикладі бухгалтерської роботи можна прослідкувати такий зв’язок наступним чином: для того, щоб з’ясувати залежність між реакцією облікового працівника на таку ризикову ситуацію, як перевірка, необхідно визначити дистальний та проксимальний стимули. Дистальним у цьому випадку є факт самої перевірки, а проксимальним – загрози, які вона може понести для бухгалтера. Тобто, відштовхуючись від того, як другий чинник сприймається обліковцем, можна встановити, яка

саме реакція буде відтворена, та, як наслідок, – яке рішення буде прийнято.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. У ході дослідження був проведений детальний аналіз біхевіористичних моделей і доведена їх необхідність застосування для оптимізації роботи бухгалтера. Пропонуємо брати до уваги лінзову модель Брунsvіка – найбільш доречно з урахуванням головних положень поведінкової доктрини та специфіки бухгалтерського обліку.

На питання, чи є ця модель ефективною при визначенні залежності рішення бухгалтера від зовнішніх факторів, є чітка відповідь – так. Адже, на нашу думку, визначення впливу “абстрактних” чинників на сприйняття чіткої ситуації є проявом індивідуалізму, що є першочерговим при вивченні в поведінковій доктрині реакції та її результату – створення професійного судження та прийняття відповідного управлінського рішення.

Практичне її застосування може знадобитися при аналізі помилок у роботі бухгалтера, при його постійному та зростаючому емоційному чи інтелектуальному виснаженні, при бажанні позбутися цих факторів та оптимізувати діяльність підприємства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бондаренко О. В., Слюсаренко Ю. Л. Біхевіоризм від Джона Б. Уотсона до Е. Томлена. Наукові горизонти. 2019. №2 (75). С. 80-83.
2. Козлова Я. Джон Бродес Уотсон: веб-блог. URL: <https://ru.scribd.com/presentation/509014133/Джон-Бродес-Уотсон>.

3. Куцик П. О. Концепція уніфікованої системи обліку і звітності в корпоративному управлінні : монографія. Львів : ЛТЕУ, 2017. 408 с.

4. Филлин С. Концепции современного естествознания: конспект лекций. URL: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Science/filin/10.php.

5. Закон ефекту Едварда Торндайка. Блог з філософії та психології. Статті про різні аспекти психології людини. URL: <https://ua.sainte-anastasiie.org/articles/psicologia/la-ley-del-efecto-de-edward-thorndike.html>.

6. Солоненко А. А. Поведенческий бухгалтерский учёт: реалии и перспективы. Вестник АГТУ. 2015. № 1. С. 89-99.

7. Романів Р. Апперцепція інформації в біхевіористичній теорії бухгалтерського обліку: критика сучасних підходів. Вісник Тернопільського національного економічного університету. 2018. № 2. С. 1-8.

8. Русай В. Обработка сверху вниз. Байесовский подход: веб-блог. URL: <https://uk.laraform.com/top-down-processing-18#menu-9>.

9. Смолова Л. В. Экологическая валидность. Москва : Юрайт, 2019. 882 с.

10. Капличный С. Что такое фрейминг или как формулировки влияют на наш выбор: веб-блог. URL: <https://biz.mann-ivanov-ferber.ru/2017/12/13/chto-takoe-frejming-ili-kak-formulirovki-vliyayut-na-nash-vybor/>.

11. Козлова М. О. Влияние психологических и лингвистических аспектов на организацию бухгалтерского учета. Проблемы. Мнения. Решения. Вісник Житомирського державного технологічного університету. 2013. №24. С. 17-27.

12. Institutionalization of accounting and auditing services in Ukraine: genesis, evaluation, analysis / O. Antoniuk, P. Kutsyk, I. Brodska, O. Kolesnikova, N. Struk. Independent Journal of Management & Production. 2021. 12 (3). S. 123-137.

13. Semenysheva N., Khorunzhak N., Sadovska I. Evaluation of the adaptability of scientific theories for the development of accounting institute. Intellectual economics. 2020. 14 (1). P. 113-129.

REFERENCES

1. Bondarenko, O. V. and Sljusarenko, Ju. L. (2019), *Bikhevioryzm vid Dzhona B. Uotsona do E. Tomlena*, Naukovi ghorizonty, №2 (75), s. 80-83.

2. Kozlova Ja. Dzhon Brodes Uotson: veb-blogh, available at: <https://ru.scribd.com/presentation/509014133/Dzhon-Brodes-Uotson>.

3. Kutsyk, P. O. (2017), *Kontseptsiya unifikovanoyi systemy obliku i zvitnosti v korporatyvnomu upravlinni* : monohrafiya, LTEU, L'viv, 408 s.

4. Fyllyn S. Konceptyuy sovremennogho estestvoznanyja: konspekt lekcij, available at: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Science/filin/10.php.

5. Zakon efektu Edvarda Torndajka. Blogh z filosofiji ta psykholohiji. Statti pro rizni aspekty psykholohiji ljudyny, available at: <https://ua.sainte-anastasiie.org/articles/psicologia/la-ley-del-efecto-de-edward-thorndike.html>.

6. Solonenko, A. A. (2015), *Povedencheskyj bukhhalterskyj uchët: realyy u perspektivy*, Vestnyk AGhTU, № 1, s. 89-99.

7. Romaniv R. (2018), *Appercepcija informaciji v bikheviorystychnij teoriji bukhhaltersjkogho obliku: krytyka suchasnykh pidkhodiv*, Visnyk Ternopiljskogho nacionaljnogho ekonomichnogho universytetu, № 2, s. 1-8.

8. Rusaj V. Obrobka zverkhu vnyz. Bajjesovsxyj pidkhid: veb-blogh, available at: <https://uk.laraform.com/top-down-processing-18#menu-9>.

9. Smolova, L. V. (2019), *Ekologhycheskaja valydnostj*, Jurajt, Moskva, 882 s.

10. Kaplychnyj S. Chto takoe frejmyng h yly kak formulirovky vlyjajut na nash vybor: veb-blogh, available ar: <https://biz.mann-ivanov-ferber.ru/2017/12/13/chto-takoe-frejming-ili-kak-formulirovki-vliyayut-na-nash-vybor/>.

11. Kozlova, M. O. (2013), *Vlyjanye psykholohycheskykh y lynchvystycheskykh aspektov na orghanyzacyju bukhhalterskogho ucheta. Problemy. Mnenyja. Reshenyja*, Visnyk Zhytomyrsjkogho derzhavnogho tekhnologhichnogho universytetu, № 24, s. 17-27.

12. Institutionalization of accounting and auditing services in Ukraine: genesis, evaluation, analysis / O. Antoniuk, P. Kutsyk, I. Brodska, O. Kolesnikova, N. Struk (2021), *Independent Journal of Management & Production*, 12 (3), s. 123-137.

13. Semenysheva N., Khorunzhak N. and Sadovska I. (2020), *Evaluation of the adaptability of scientific theories for the development of accounting institute. Intellectual Economics*, 14 (1), p. 113-129.

Стаття надійшла до редакції 12 грудня 2021 року

УДК 339

Полякова Ю. В.,

polyakova0909@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-8073-6186,

Researcher ID: F-8293-2019,

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

Шайда О. Є.,

shaydaoks@ukr.net, ORCID ID: 0000-0003-1666-0436,

Researcher ID: F-9712-2019,

к.е.н., доц., доцент кафедри підприємництва та екологічної експертизи товарів, Національний університет "Львівська політехніка", м. Львів

Антонів Л. Р.,

lilianna262626@gmail.com,

магістрантка, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ВПЛИВ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ В ПЕРІОД ДІЇ ГЛОБАЛЬНИХ КРИЗ

***Анотація.** Стаття присвячена аналізу впливу міжнародного туризму на економіку України в період дії глобальних криз, зокрема спричинених пандемією COVID-19. Розглянуто особливості розвитку міжнародного туризму та його впливу на загальні характеристики соціально-економічного розвитку країн з різним рівнем розвитку. Проведено аналіз динаміки в'їзду іноземних громадян в Україну та виїзду українців за кордон протягом останнього періоду. Розглянуто географічний розподіл іноземних відвідувачів та пріоритетні напрями для подорожування українців за межами країни. Наголошено на тенденції помітного зниження в'їзного та виїзного туристичних потоків для нашої країни, ключовою причиною якої є наслідки та вирішальна роль карантинних заходів, спостережуваних за останні два роки. Проведено економетричне оцінювання роботи суб'єктів туристичної діяльності в областях України на основі сучасних статистичних даних, в результаті якого регіони України розподілені на відповідні кластери за рівнем активності роботи суб'єктів туристичної діяльності. Побудована економетрична модель залежності ВВП України від показника надходжень від міжнародного туризму за 2010-2020 роки. В результаті проведеного дослідження доведено, що зростання надходжень від міжнародного туризму безпосередньо призводитиме до зростання валового внутрішнього продукту країни.*

Ключові слова: міжнародний туризм, туристичний потік, пандемія COVID-19, глобальні кризи, надходження від міжнародного туризму.

Poliakova Ju. V.,

polyakova0909@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-8073-6186,

Researcher ID: F-8293-2019,

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

Shayda O. Y.,

shaydaoks@ukr.net, ORCID ID: 0000-0003-1666-0436,

Researcher ID: F-9712-2019

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Entrepreneurship and Environmental Examination of Goods, Lviv Polytechnic National University, Lviv

Antoniv L. R.,

lilianna262626@gmail.com

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

THE IMPACT OF INTERNATIONAL TOURISM ON THE ECONOMY OF UKRAINE DURING THE GLOBAL CRISIS

Abstract. The article is devoted to the analysis of the impact of international tourism on the Ukrainian economy during the global crisis, in particular caused by the COVID-19 pandemic. The peculiarities of the development of international tourism and its impact on the general characteristics of socio-economic development in countries with different levels of development are considered. An analysis of the dynamics of the entry of foreign citizens into Ukraine and the departure of Ukrainians abroad during the last period is implemented. The geographical distribution of foreign visitors and the priority destinations for Ukrainians traveling abroad are considered. The tendencies of a significant decrease in incoming and outgoing tourist flows for our country are emphasized, the key reason for which is the consequences and crucial role of quarantine measures observed in the last two years. An econometric assessment of the activity of tourism entities in the regions of Ukraine on the basis of current statistics is implemented, as a result of which the regions of Ukraine's scores are divided into appropriate clusters according to the level of activity of tourism entities. An econometric model of Ukraine's GDP dependence on the indicator of revenues from international tourism has been built. As a result of the study, it was proved that the growth of revenues from international tourism will directly lead to the growth of the gross domestic product.

Key words: international tourism, tourist flow, COVID-19 pandemic, global crises, revenues from international tourism.

JEL Classification: F63

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2021-65-11>

Постановка проблеми. В умовах розвитку глобалізаційних процесів міжнародний туризм постійно розглядався як одна з основних галузей розвитку національних економік більшості держав світу. Для багатьох країн туризм є важливою статтею наповнення бюджету та забезпечення робочими місцями значної кількості населення. Туризм давав близько десятої частини у зростанні міжнародної економіки. Останніми роками дану галузь називали навіть її глобальним драйвером, адже вона розвивалася значно швидше, ніж світова економіка загалом. Однак у зв'язку з поширенням пандемії COVID-19 світова індустрія туризму постала перед кризою, яка може виявитися найгіршою для галузі в історії. Туристичний сектор прагне підтримувати всі заходи, вжиті для припинення спалаху та пом'якшення впливу на процеси життєдіяльності суспільства. Відповідно, Всесвітня туристична організація розробила власні рекомендації, які мають на меті підтримати уряди, приватний сектор та міжнародне співтовариство у подоланні безпрецедентної соціально-економічної ситуації, пов'язаної з COVID-19. У світлі зазначеного актуальним постає питання впливу міжнародного туризму на економічний розвиток України в умовах дії глобальних криз.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вплив міжнародного туризму на економічне зростання країни є предметом наукового пошуку багатьох вчених. До прикладу, М. Відякіна виокремлює його позитивний ефект на доходи і зайнятість населення, державні доходи, платіжний баланс, інвестиції та диверсифікацію в економіці країн, що розвиваються [1]. Водночас К. Антонюк зазначає, що країни, які розвиваються, змушені імпортувати значну кількість продуктів і товарів для туристів і устаткування для індустрії туризму [2, с. 14].

Своєю чергою, І. Сорока запевняє, що “демонстраційний ефект” міжнародного туризму має місце, коли іноземні туристи під час своїх поїздок демонструють зарубіжні товари, що призводить до зростання місцевого попиту на них [3, с. 272]. Н. Стецько зазначає, що індустрію туризму можна розвивати і в період економічних криз, що має важливе значення для країн Східної Європи. Автор стверджує, що гроші, витрачені іноземними туристами, функціонують в економіці країни як засіб обігу та нагромадження [4]. М. Бойко [5, с. 28] наголошує на наявності прямого та непрямого впливу туризму на економіку, створенні кумулятивного ефекту. О. Крупський зазначає, що потужним катализатором впливу туризму на економіку можуть стати впровадження інновацій на підприємствах, які в подальшому можуть дати очікуваний ефект [6, с. 64]. Подібної думки дотримується О. Давидова [7], яка переконує, що туризм може сприяти отриманню позитивного ефекту для економічного зростання лише у випадку впровадження інновацій у діяльність туристичних підприємств. На нашу думку, беручи до уваги вищевикладене, актуальними стають аспекти розвитку туристичної діяльності в Україні та її впливу на економіку нашої країни.

Постановка завдання. Метою статті є виявлення впливу міжнародного туризму на економічний розвиток України в умовах дії глобальних криз.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналізуючи туристичний потік в Україні (рис. 1) протягом 2017-2021 років, слід відзначити загальну тенденцію до зростання, однак у 2020 році з поширенням пандемії COVID-19 потік туристів зменшився майже втричі. За результатами 2019 року українці більш динамічно виїжджали за кордон, а показник в'їзного туризму залишився фактично на рівні 2018 року.

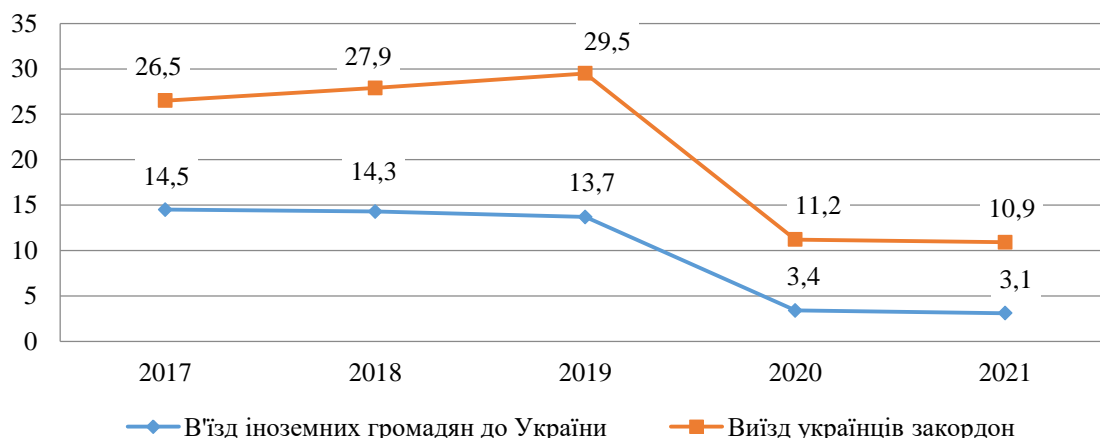


Рис. 1. В'їзд іноземців в Україну та виїзд українців за кордон за 2017-9 місяців 2021 рр., млн осіб

Побудовано за: [8].

Таблиця 1

Інформація щодо кількості іноземних громадян, що відвідували Україну

	2019	2020	2021
I квартал	2 387 950	1 897 479	631 054
II квартал	3 541 956	182 594	793 417
III квартал	4 806 976	622 675	1 666 546
IV квартал	2 975 358	679 349	-
Всього	13 712 240	3 382 097	-

Джерело: [8]

У таблиці показано розподіл іноземних туристів за кварталами за період 2019-2021 роки. Найбільша кількість іноземних туристів припадає на третій квартал, що є цілком обґрунтованим, тому що для більшості населення це період відпочинку.

Проаналізувавши дані за перше півріччя 2021 року, можна зауважити зростання кількості відвідувачів до України на 9,4 % порівняно з другим півріччям 2020 року. За 6 місяців 2021 року ми прийняли півтора мільйони осіб із різних країн, однак цей показник на 31 % менше порівняно з аналогічним періодом минулого року (тоді кількість іноземців в Україні становила 2 млн) та на 76 % менше за показник аналогічного періоду 2019 року, коли кількість іноземних гостей досягла майже 6 мільйонів.

За 9 місяців 2021 року спостерігалось збільшення кількості іноземних туристів, які відвідали Україну порівняно з аналогічними даними попереднього року; якщо порівнювати з 2019 роком, то туристичний потік зменшився на 71,15 % (рис. 2).

Протягом трьох кварталів 2021 року відзначається позитивна динаміка збільшення кількості

туристів із таких країн, як Саудівська Аравія (їхня чисельність зросла у 88 разів та становить 48,6 тис. осіб, в той час як за аналогічний період 2020 року в Україну приїхало лише 547 громадян), США (кількість туристів зросла на 90,5 % в порівнянні з минулим роком та досягла 81,5 тис.), Ізраїль (зростання на 66,8 %, кількість туристів - 96 тис.) та країн Закавказзя: на 69,8 % зросла кількість туристів із Вірменії (18,5 тис.), на 46,6 % збільшилася кількість туристів із Грузії (становить 33 тис.) та на 25,7 % зріс показник відвідувачів із Азербайджану (33 тис.).

Статистично показано, що за 3 квартали 2021 року 69,5 % іноземців, що відвідали Україну, – європейці (на 9,7 % менше від аналогічного минулорічного показника), 25,2 % – представники країн Азійського регіону (на 7,5 % більше, ніж у попередньому періоді), 3 % приїхали з Північної Америки та лише 1,5 % – громадяни Африканського континенту (рис. 3).

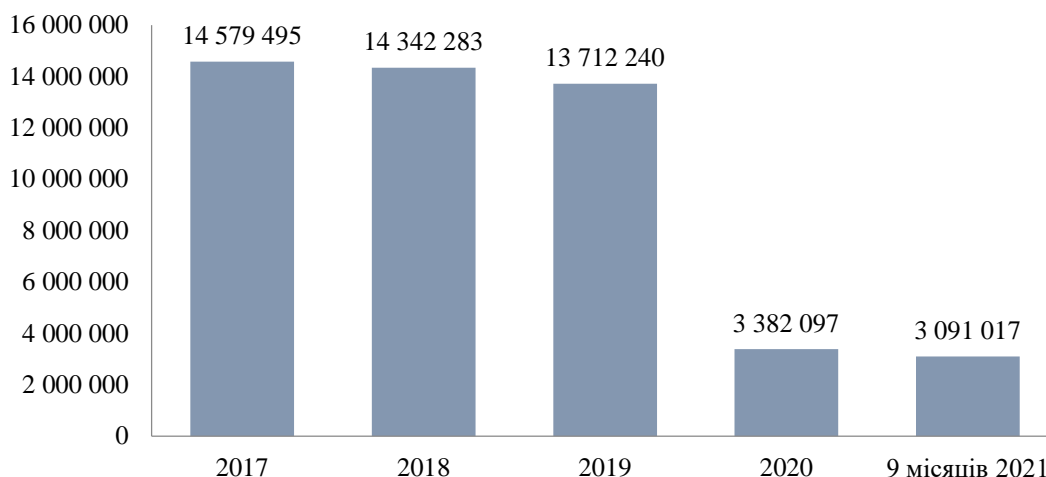


Рис. 2. Кількість іноземних громадян, що приїхали до України за 2017 - 9 місяців 2021 рр. Побудовано за: [8].

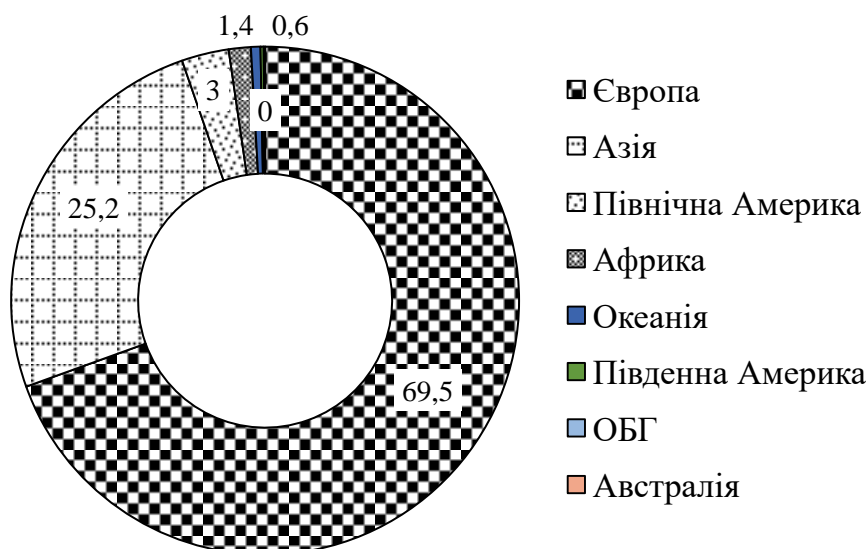


Рис. 3. В'їзд іноземних громадян до України за континентами за 9 місяців 2021 року, у % Побудовано за: [8].

Таблиця 2

Інформація щодо кількості українських громадян, що виїхали до інших країн за 2019-2021 рр.

	2019	2020	2021
I квартал	6 109 480	5 558 557	2 371 549
II квартал	7 581 679	668 695	3 391 639
III квартал	8 770 399	2 944 668	5 141 556
IV квартал	7 031 073	2 079 766	-
Всього	29 492 631	11 251 686	-

За: [8]

За підсумками трьох кварталів 2021 року можна зауважити збільшення виїзного туристичного потоку (табл. 2) порівняно з 2020 роком. Найбільша кількість українських громадян подорожує у третьому кварталі, коли настає час відпусток.

Протягом 9 місяців 2021 року традиційним туристичним напрямком залишаються такі країни, як Туреччина (1,7 млн туристів) та Єгипет (кількість туристів збільшилася на 40,3 % та сягає 1 млн). З'явилися нові туристичні центри, куди починають їхати все більше українців, наприклад Домініканська

Республіка – зростання на 205 % та становить 44 тис. туристів. Серед інших країн: Катар (19 тис.), Мальдіви (10 тис.), Танзанія (7 тис. відвідувачів), Шрі-Ланка (2,7 тис. відвідувачів) тощо.

На рис. 4 показано динаміку зміни кількості українських громадян, що подорожували за кордон у період із 2017 по 2021 роки. Протягом трьох кварталів 2021 року спостерігається незначне збільшення кількості українських туристів на 18,9 %, які виїжджали за межі України, порівняно з аналогічним попереднім періодом.

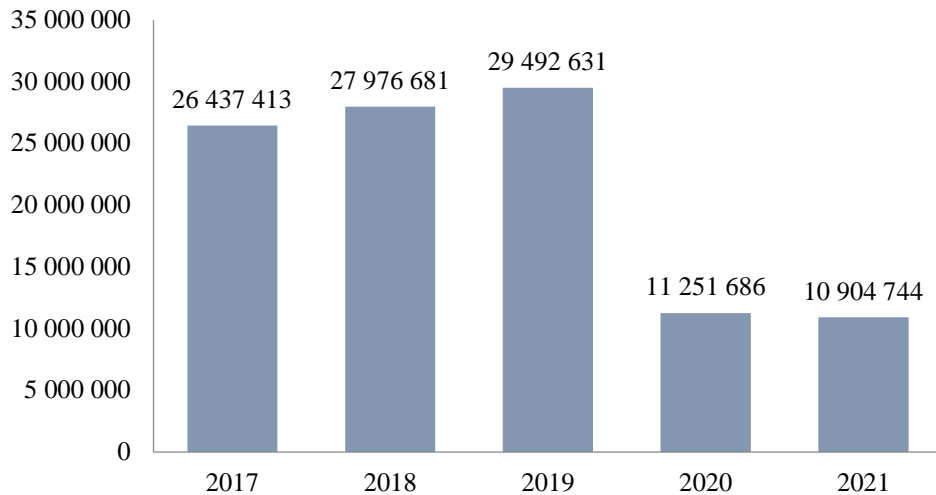


Рис. 4. Кількість українських громадян, що подорожували за кордон у 2017 - 9 місяців 2021 рр.
Побудовано за: [8].

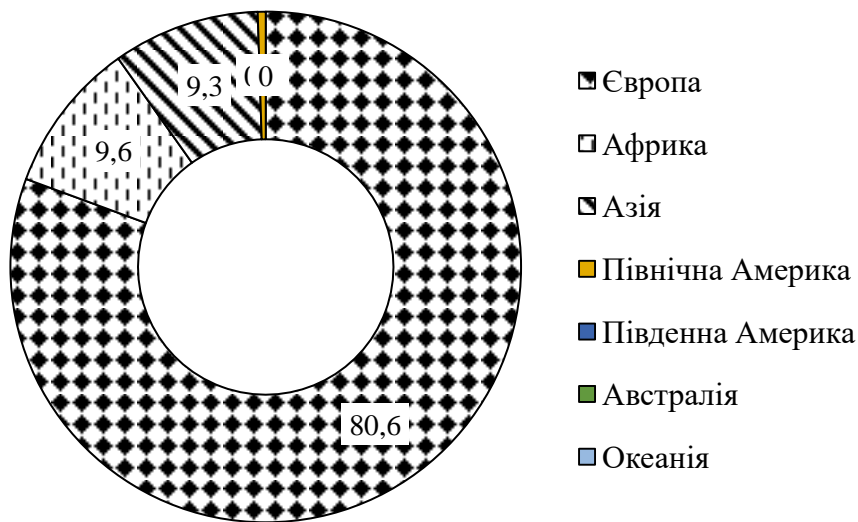


Рис. 5. Візді українців за кордон по континентах за 9 місяців 2021 р., у %
Побудовано за: [8].

Варто відзначити, що за 9 місяців 2021 року 80,6 % українців відвідали Європу (на 1,8 % менше від аналогічного минулорічного показника), 9,6 % – Африканський континент (на 3,7 % більше, ніж у попередньому періоді), 9,3% – Азійський регіон (на 2,2 % менше), і тільки 0,5 % – Північну Америку (рис. 5).

Обсяг надходжень від сплати туристичного збору до місцевих бюджетів у 2020 році склав близько 130 млн грн. Це на 34 % менше, ніж роком раніше, коли до бюджетів надійшло понад 196 млн грн (рис. 6). За 3 квартали 2021 р. надходження зросли

на 70,2 % порівняно з аналогічним періодом 2020 року і склали 151 млн грн.

Серед трійки лідерів за три квартали у 2021 році опинилися місто Київ (42 356,12 тис. грн), Одеська (15 274,68 тис. грн) та Львівська (13 660,11 тис. грн) області. Одразу за ними в списку була Київська область (10 338,67 тис. грн) (рис. 7). Трохи більше 7 601,42 тис. грн сплатили Закарпатська, Івано-Франківська (7 135,39 тис. грн) та Харківська (6 041,71 тис. грн) області.

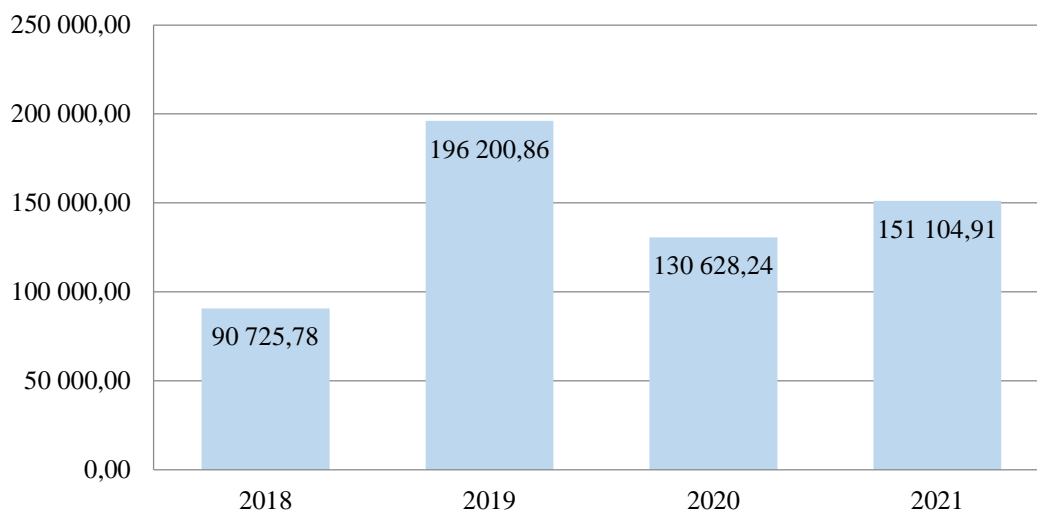


Рис. 6. Сплата туристичного збору по областях України, тис. грн

Побудовано за: [9].

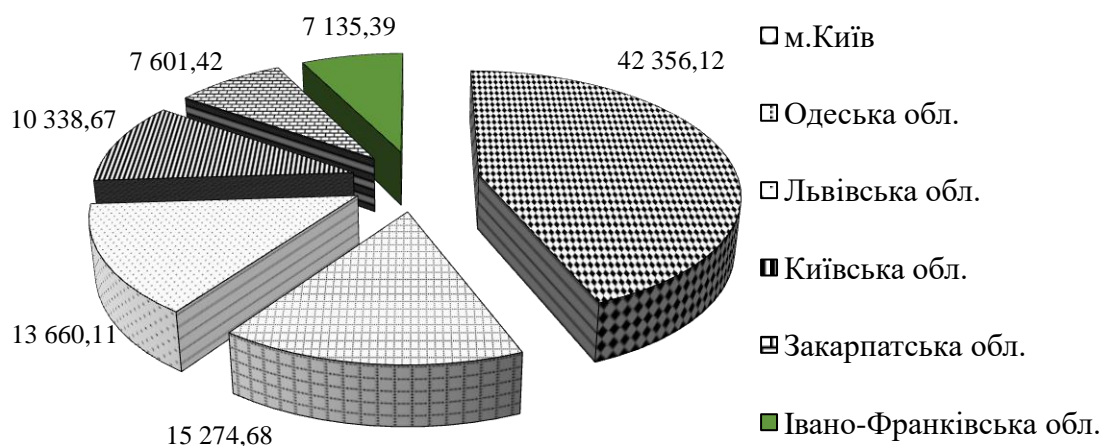


Рис. 7. ТОП-5 областей України та м. Київ за сумою сплаченого туристичного збору за 9 місяців 2021 року, тис. грн

Побудовано за: [9].

Статистичні дані показують, що відбувається зменшення кількості подорожей за кордон для людей у всьому світі та, зокрема, в Україні, що можна пояснити наслідками та вирішальною роллю пандемії COVID-19 за останні два роки.

Для оцінки роботи суб'єктів туристичної діяльності в областях України нами проведено кластерний аналіз із застосуванням пакета прикладних програм Statistica (рис. 8). При дослідженні були використані такі показники (2020 р.): кількість туроператорів та турагентів-юридичних осіб; кількість туристичних пакетів, всього; кількість туристичних агентів, фізичних осіб; вартість туристичних

пакетів, обслуговуваних юридичними особами; кількість ночівель туристів, що включені до туристичних пакетів, всього; кількість туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами, за регіонами; кількість виїзних туристів, обслуговуваних юридичними особами; кількість реалізованих турагентами туристичних пакетів; вартість реалізованих турагентами туристичних пакетів; кількість ночівель туристів, обслуговуваних фізичними особами; кількість туристів, обслуговуваних турагентами.

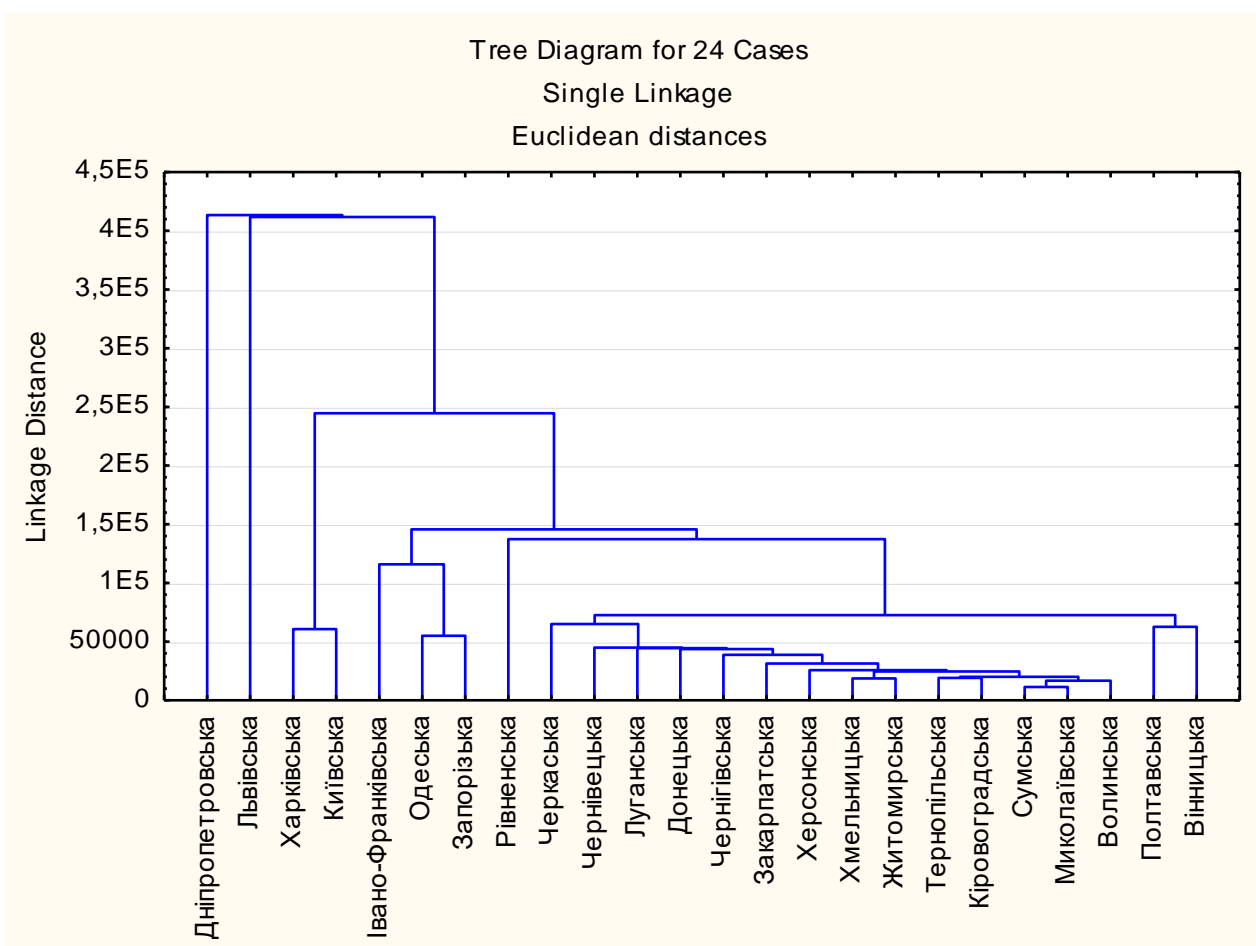


Рис. 8. Графічна інтерпретація кластерного аналізу

Складено авторами

Таблиця 3

Оцінка роботи суб'єктів туристичної діяльності

Кластер	Області	Відстань до центра кластера
1 – найвища активність роботи суб'єктів туристичної діяльності	Дніпропетровська	86938,23
	Київська	53996,79
	Львівська	81150,80
	Харківська	57710,85
2 – висока активність роботи суб'єктів туристичної діяльності	Запорізька	11227,86
	Івано-Франківська	25550,13
	Одеська	18373,85
3 – середня активність роботи суб'єктів туристичної діяльності	Волинська	3688,29
	Донецька	20159,94
	Житомирська	8973,88
	Закарпатська	11589,50
	Кіровоградська	9282,14
	Луганська	21220,49
	Миколаївська	5559,19
	Сумська	4681,19
	Тернопільська	8211,22
	Херсонська	11392,04
	Хмельницька	6819,29
	Черкаська	27204,14
	Чернівецька	19945,56
	Чернігівська	16515,36
4 – найменша активність роботи суб'єктів туристичної діяльності	Вінницька	18454,74
	Полтавська	15306,51
	Рівненська	28162,67

Складено авторами

Дані для розрахунків отримані з інформаційних джерел Державної служби статистики України. Графічна інтерпретація свідчить про групування областей на 4 кластери, тому за допомогою функції *k-means clustering* (к-середніх) проведемо розподіл областей за досліджуваними показниками на чотири кластери (табл. 3).

Таким чином, найвища активність роботи суб'єктів туристичної діяльності спостерігається у Дніпропетровській, Київській, Львівській та Харківській областях. У 2020 році у Дніпропетровській області було найбільше реалізовано туристичних пакетів на суму 783993,9 грн, у Київській – 442300,1 грн, Львівській – 473710,1 грн і Харківській – відповідно 410933,4 грн. Беззаперечним лідером є Дніпропетровська область за кількістю зареєстрованих суб'єктів туристичної діяльності – 109 од., у Київській – 47 од., Львівській – 97 од. і у Харківській – 84 одиниці.

Наступними областями, в яких спостерігається висока активність роботи суб'єктів туристичної діяльності, є Запорізька, Івано-Франківська та Одеська області. Варто зазначити, що Одеська область є лідером за надходженнями туристичного збору до місцевих бюджетів за три квартали 2021 року. Область отримала надходжень до бюджету від туристичного збору понад 15,2 млн грн за 9 місяців 2021 року, що на 17,5 % більше, ніж попереднього року.

Залежність вітчизняної економіки від активності нашої туристичної галузі може бути підтверджена шляхом застосування інструментарію кореляційно-регресійного аналізу. У дослідженні нами була побудована економетрична модель залежності ВВП України від показника надходжень від міжнародного туризму. Для розрахунків було використано статистичні дані за період 2010-2020 рр. (табл. 4).

Лінійна регресійна модель відображає залежність ВВП України від надходжень від міжнародного туризму:

$$Y = 49,56 + 12,78 X, \quad (1)$$

де Y – ВВП,

X – надходження від міжнародного туризму.

Інтенсивність зв'язку між змінними, включеними в модель регресії, вимірюється коефіцієнтом кореляції, значення якого - 0,78, що вказує на наявність між змінними тісного прямого зв'язку. Коефіцієнт детермінації показує, що 61% залежної змінної пояснюється впливом незалежної змінної. Перевірка достовірності регресійної моделі та коефіцієнта кореляції на основі критерію Фішера дає підстави зробити висновок про адекватність моделі, оскільки спостережуване значення F-статистики 14,05 є більшим від табличного при рівні 0,05. Незалежна змінна, включена в модель, є статистично значима (значення t-статистики - 2,01).

Таблиця 4

Показники надходжень від міжнародного туризму та ВВП в Україні

Україна	Надходження від туризму, млрд дол.	ВВП, млрд дол.
2010	7,00	136,0
2011	8,40	163,2
2012	9,07	175,8
2013	9,35	183,3
2014	6,76	133,5
2015	4,29	91,0
2016	4,68	93,3
2017	5,76	112,2
2018	6,77	130,8
2019	9,55	153,8
2020	5,32	155,6

Джерело: [10]

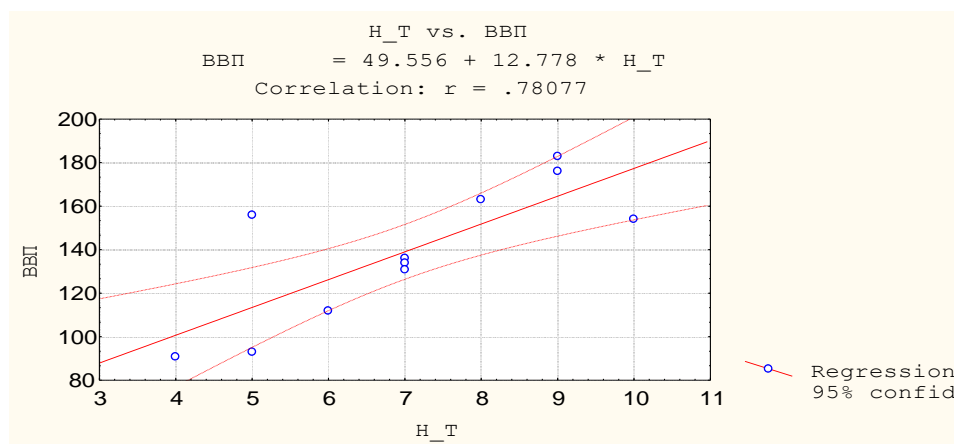


Рис. 9. Залежність ВВП України від надходжень від міжнародного туризму

Інтерпретовано авторами

Статистика Дарбіна-Уотсона зафіксувала розрахункове значення $DW=1,49$, яке порівнювалося з критичними статистичними значеннями для $\alpha = 0,01$, $p = 1$ і $n = 11$; $d_1 = 0,63$ і $d_2 = 1,01$. Отже, прийнятною є гіпотеза про відсутність автокореляції залишків. Таким чином, можемо стверджувати, що зростання надходжень від міжнародного туризму безпосередньо призводитиме до зростання ВВП.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. У ввізному та виїзному туристичних потоках України протягом останнього часового періоду спостерігалася тенденція їх значного уповільнення водночас із помітними структурними зрушеннями у географічному напрямі. Надходження від міжнародного туризму слугують чинником зростання ВВП, що підтверджено емпірично. Тому туризм залишається перспективною галуззю для України, розвиток якої призводить до позитивних соціально-економічних наслідків. У період дії глобальних криз, які послаблюють позитивні ефекти міжнародного туризму, актуальності набуває інноваційна діяльність у галузі, що може бути предметом для подальших плідних досліджень у зазначеному напрямі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Відякіна М. Міжнародний туризм як чинник економічного зростання країн, що розвиваються. URL: ven.chdtu.edu.ua/article/view/84406/79941.
2. Антонюк К. Напрямки диверсифікації міжнародного ринку туристичних послуг. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2013. № 5-6. С. 12-17.
3. Сорока І. Сучасні тенденції міжнародного ринку туристичних послуг. Актуальні проблеми міжнародних відносин. 2012. Вип. 111. С. 266-273.
4. Стецько Н. Туризм у системі міжнародних економічних відносин. Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету. 2013. №2. С. 141-148.
5. Бойко М. Ефект мультиплікації у туризмі: обмеження та можливості. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2016. № 4. С. 23-32.
6. Крупський О. Концептуальні засади управління інноваційною діяльністю туристичних підприємств. Вісник Дніпропетровського університету. Серія Менеджмент інновацій. 2015. Вип. 4. С. 64-71.
7. Давидова О. Особливості застосування інновацій у розвитку туристичної галузі України. Вісник Київського національного університету імені

Тараса Шевченка. Економіка. 2015. № 7 (172). С. 65-69.

8. Офіційний сайт Державної прикордонної служби України. URL: <https://dpsu.gov.ua>.

9. Офіційний сайт Державної податкової служби України. URL: <https://tax.gov.ua>.

10. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: <https://minfin.com.ua/ua>.

11. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

REFERENCES

1. Vidiakina M. Mizhnarodnyy turizm iak chynnyk ekonomichnoho zrostannia krain, scho rozvyvaiut'sia, available at: ven.chdtu.edu.ua/article/view/84406/79941.
2. Antoniuk K. (2013), Napriamky dyversyfikatsii mizhnarodnoho rynku turystychnykh posluh, Zovnishnia torhivlia: ekonomika, finansy, pravo, №5-6, c. 12-17.
3. Soroka I. (2012), Suchasni tendentsii mizhnarodnoho rynku turystychnykh posluh, Aktual'ni problemy mizhnarodnykh vidnosyn, vyp. 111, c. 266-273.
4. Stets'ko N. (2013), Turizm u systemi mizhnarodnykh ekonomichnykh vidnosyn, Naukovi zapysky Ternopil's'koho natsional'noho pedahohichnoho universytetu, №2, c. 141-148.
5. Bojko M. (2016), Efekt mul'typlikatsii u turizmi: obmezhenia ta mozhlyvosti, Zovnishnia torhivlia: ekonomika, finansy, pravo, № 4, c. 23-32.
6. Krupsk'kyj O. (2015), Kontseptual'ni zasady upravlinnia innovatsijnoiu diial'nistiu turystychnykh pidpriemstv, Visnyk Dnipropetrovs'koho universytetu. Seria Menedzhment innovatsij., vyp. 4, s. 64-71.
7. Davydova O. (2015), Osoblyvosti zastosuvannia innovatsij u rozvytku turystychnoi haluzi Ukrainy, Visnyk Kyivs'koho natsional'noho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Ekonomika., №7 (172), c. 65-69.
8. Ofitsijnyj sajt Derzhavnoi prykordonnoi sluzhby Ukrainy, available at: <https://dpsu.gov.ua>.
9. Ofitsijnyj sajt Derzhavnoi podatkovoi sluzhby Ukrainy, available at: <https://tax.gov.ua>.
10. Ofitsijnyj sajt Ministerstva finansiv Ukrainy, available at: <https://minfin.com.ua/ua>.
11. Ofitsijnyj sajt Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy, available at: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Стаття надійшла до редакції 04 грудня 2021 року

УДК 659.1[316.77:005.936.3]

*Вовчанська О. М.,
olcja-2007@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-8005-345X,
Researcher ID: 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 Івана Боберського, м. Львів*

*Балук Н. Р.,
notika2002@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-7014-3152,
Researcher ID: E-9876-2019,
к.е.н., доц., доцент кафедри маркетингу, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів*

АМБІЕНТ-МАРКЕТИНГ ЯК СКЛАДОВА МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА

***Анотація.** Статтю присвячено дослідженню сутності ambient-маркетингу та можливостей його ефективного впровадження в комплекс маркетингових комунікацій підприємства. Зазначено, що ambient-маркетинг доцільно розглядати як нетипову рекламу з основними акцентами на нестандартних носіях та їх розміщення в довколишньому середовищі. З'ясовано головний принцип ambient-маркетингу, який полягає у тому, що рекламна інформація інтегрується у навколишнє середовище споживача, тобто розташовується у несподіваних місцях, викликає здивування, стимулює сильний емоційний відгук у потенційного споживача, породжує бажання спробувати товар/послугу. Показано, що технології ambient-маркетингу ефективні там, де підприємство може "спіймати і здивувати". Досліджено, завдяки чому реклама в навколишньому середовищі викликає повагу та зацікавленість споживачів, хоча і не орієнтована на масову аудиторію. Встановлено відмінні особливості ambient-реклами. Визначено сильні та слабкі сторони ambient-маркетингу з погляду ефективного його впровадження в маркетингові комунікації для посилення конкурентних переваг підприємства. Підкреслено, що технології ambient-маркетингу дозволяють кожен довколишній простір використовувати як потенційний носій для презентації товарів/послуг, думок, ідей і спілкування підприємства з потенційними клієнтами. Наведено перелік носіїв ambient-реклами та приклади її оригінального розміщення у нетрадиційних місцях. Наголошено, що ambient-маркетинг у сучасних умовах є одним із кращих засобів прориву на ринки товарів і послуг через особливості маркетингової комунікації з потенційними споживачами, посилення іміджу підприємства та лояльності покупців.*

Ключові слова: ambient-маркетинг, ambient-реклама, ambient-media, маркетингові комунікації, нетрадиційні види реклами.

*Vovchanska O. M.,
olcja-2007@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-8005-345X,
Researcher ID: 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 I. Boberskiy, Lviv*

*Baluk N. R.,
notika2002@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-7014-3152,
Researcher ID: E-9876-2019,
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing, Lviv University of Trade and Economics, Lviv*

AMBIENT-MARKETING AS A COMPONENT OF COMPANY'S MARKETING COMMUNICATIONS

Abstract. *The article studies the essence of ambient-marketing and the ways of its effective implementation in the marketing communications of the company. Ambient-marketing should be considered as atypical advertising with the main emphasis on non-standard media and their placement in the environment. The role of ambient-marketing increases with the constant increase of advertising in communication between the company and its consumers, as non-standard advertising activities attract higher attention of recipients and allow them to better remember a particular brand. The main principle of ambient-marketing is that advertising information is integrated into the consumer's environment, located in unexpected places, surprises, stimulates a strong emotional response from potential consumers, creates a desire to try the product/service. Ambient-marketing technologies are effective where the company can "catch and surprise". Authors studied why advertising in the environment arouses respect and interest of consumers, although it is not aimed at a mass audience. The article defines the distinctive features of ambient-advertising. The strengths of ambient-marketing in terms of its effective implementation in marketing communications is to enhance the competitive advantages of the company, including attention, virality, organicity and unobtrusiveness; reaching a wider audience, increasing the time of contact with the ambient-media; increasing customer loyalty to the brand; memorability. But there are also some disadvantages of ambient-marketing, such as contradictory use of some communication channels; the need for constant change of advertising; higher cost of ambient-advertising compared to traditional. Authors emphasize that ambient-marketing technologies allow to use any surrounding space as a potential carrier for the presentation of goods/services, thoughts, ideas and communication of the company with potential customers. The article provides the list of media of ambient-advertising and examples of its original placement in non-traditional places. Ambient-marketing in modern conditions is one of the best means of breaking into the markets of goods and services due to the specifics of marketing communication with potential consumers, strengthening the company's image and customer loyalty.*

Keywords: ambient-marketing, ambient-advertising, ambient-media, marketing communications, non-traditional types of advertising.

JEL Classification: M31, M37

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2021-65-12>

Постановка проблеми. Рекламу прийнято розглядати як світ інноваційних та креативних ідей, які допомагають брендам і бізнесу привертати увагу споживачів та невпинно розвиватися. В останні десятиліття споживачі стикаються з великою кількістю рекламних повідомлень із різних каналів, але все менше звертають на них увагу, позаяк рекламний безлад призвів до зниження ефективності реклами. Потреба у привабливішій рекламній тактиці спричинена також і різким зниженням популярності традиційних ЗМІ. Сьогодні домінує попит на комунікації в точках продажу та необхідність точного націлювання на аудиторію. Більшість традиційних медіа змагаються в переповнених ринкових сегментах, що породжує зниження сприйняття та засвоєння рекламного повідомлення. У такій ситуації маркетологи та рекламодавці посилюють зусилля щодо пошуку нових способів і креативних методів привертання уваги клієнтів. Одним із таких креативних, захоплюючих, несподіваних, запам'ятовуваних підходів є ambient-реклама. Ambient-реклама трактується як одна з маркетингових стратегій партизанського маркетингу, спрямована на цільову аудиторію. Розміщення реклами в незвичайних місцях має набагато сильніший вплив на цільову аудиторію, дозволяючи одержувачу покращити сприйняття та засвоєння повідомлення. Наприклад, концепція реклами в руках передбачає її розміщення на витратних матеріалах, які цільова аудиторія не може цілковито ігнорувати, оскільки

повинна взяти їх у свої руки. Такими витратними матеріалами можуть бути: підставки для напоїв, коробки для піци, чашки для кави, дверні вішалки, аптечні сумки тощо.

Ambient-media – це інноваційна форма рекламної комунікації, коли реклама природно вбудована в довколишнє середовище [1]. Об'єкти повсякденності, з якими люди зустрічаються щодня, стають каналами комунікації та поширення рекламної інформації. Ambient-реклама розміщується там, де індивід не чекає на зустріч із рекламним повідомленням: лави в парку у вигляді плиток шоколаду, кущі у формі жіночої зачіски, реклама страхової компанії на курячих яйцях тощо. Особливість нестандартних рекламних медіа полягає в тому, що вони не тільки виконують маркетингову функцію доставки повідомлення про рекламний об'єкт, але й активно взаємодіють із довколишнім середовищем. Для того, щоб рекламні повідомлення стали дійсно ефективними, вони повинні бути досить незвичайними, щоб привернути увагу покупців і при певному збігу обставин стати ambient. Простота, ясність, логіка тут критично важливі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями традиційних видів маркетингу займається великий ряд науковців. Зокрема, у працях Д. Аакера, І. Альошиної, О. Ахманової, Л. Балабанової, Р. Батри, І. Вікентьєва, А. Дейяна, О. Зарецької, Ф. Котлера, Дж. Майерс, Ю. Макогона, Г. Почепцова, Т. Примак, Є. Ромата, М. Румянцевої,

Г. Савіної, О. Сохацької, Е. Тарасової, Є. Уткіна головна увага зосереджена на політиці “партизанського” маркетингу, але не розкрито інноваційні засоби ambient-маркетингу. Серед вітчизняних науковців і практиків, які досліджували ambient-media, потрібно виділити таких, як Данилюк А., Ковальчук С. та Пугачова О., Кузнецов Р., Кустова Е., Малий Н., Резвий В., Тітенська І. Зважаючи на те, що ambient-media є доволі новою технологією “партизанського” маркетингу, то потребує як теоретичного розгляду, так і практичного обґрунтування.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження сутності ambient-маркетингу, оцінка його сильних та слабких сторін для успішного впровадження в систему маркетингових комунікацій підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дослівний переклад “ambient” з англійської мови – “оточуючий”. Ambient-маркетинг у перекладі з англійської означає – зовнішні (навколишні) засоби масової інформації. Термін “ambient-медіа” з’явився у Великобританії в 1990-х роках і визначався як візуальна реклама в незвичайних місцях. Термін ambient-marketing в бізнес-лексику вперше ввело Британське агентство Concord Advertising у 1996 р. [2]. Ми трактуємо ambient-маркетинг як спосіб промоції товарів/послуг із використанням незвичайних місць та їх елементів як каналів маркетингової комунікації. Ambient-маркетинг не має нічого спільного з традиційними класичними маркетинговими комунікаціями і здебільшого розглядається як нестандартна реклама з основним акцентом на розміщенні. Така реклама покликана дивувати людей, проникаючи в їх повсякденне життя, тому ambient-маркетинг ще трактують як доволишні засоби масової інформації. Головний принцип ambient-маркетингу – рекламна інформація інтегрується у навколишнє середовище споживача, тобто розташовується у несподіваних місцях, стає нетрадиційною рекламою, стимулює сильний емоційний відгук у потенційного споживача і породжує бажання спробувати товар або послугу.

Розробка ambient-реклами змушує значну увагу приділяти креативності та використовувати нетрадиційний підхід, щоб забезпечити глибший контакт із потенційними клієнтами. Важливо, щоб люди, проходячи повз таку рекламу, зупинилися, дивилися, розповідали друзям про побачене. За даними Marketing Week, 65% споживачів у Великобританії стверджують, що для них важлива різноманітність форматів реклами [3]. Такі результати стимулюють маркетингологів не тільки використовувати традиційну рекламу, а й широко впроваджувати нестандартні способи промоції товарів/послуг.

Ambient-media унікальні першочергово тим, що створюють ефект несподіванки і використовують “підсобні” засоби. Водночас, як це не парадоксально, в несподіванці ambient-media полягає й їх слабкість, позаяк ambient-media не може тривалий час використовувати один носій інформації. Коли споживачі звикають до реклами в якомусь

конкретному місці, повідомлення втрачає свою незвичність, а увага і реакція аудиторії слабшає. Це означає, що тонка грань, яка відділяє ambient-media від стандартного медіаносія, може стертися доволі швидко, цей час визначається періодом звикання аудиторії до конкретного рекламного засобу.

Ambient-media – це одна з маркетингових технологій, яка наочно демонструє важливість грамотного творчого підходу в комунікаціях зі споживачами [4]. Наприклад, широкої популярності набули незвичайні рекламні сувеніри: живі квіти з логотипом, різноманітні сувеніри з фруктів. Нестандартна реклама дозволяє охопити вузьку, але цільову аудиторію, наприклад аудиторію з високим рівнем доходу, яка рідко дивиться телевізор і читає пресу.

Фахівці з маркетингу вважають, що ambient-реклама є ефективнішим способом промоції товарів/послуг, ніж традиційна зовнішня реклама [5, 6]. Дослідження показали, що реклама на білбордах привертає увагу пасажирів транспортного засобу приблизно шість секунд, тоді як креативна реклама може збільшити цей показник до хвилини або навіть більше. Крім того, креативність і незвичність розміщення допомагає підвищити ефективність реклами і може бути невід’ємною частиною маркетингу в соціальних мережах. З одного боку, бренди можуть створити нетрадиційну рекламу і ділитися нею в соціальних мережах за допомогою хештегу. З іншого боку, люди можуть фотографувати, знімати відео з цією креативною рекламою та ділитися нею в соціальних мережах, використовуючи хештег бренду, і тим самим підвищувати впізнаваність бренду. Наприклад, величезна пачка олівців Crayola, що падають із даху високої будівлі [7]. Рекламне повідомлення з таким сильним візуальним впливом може допомогти підвищити обізнаність про бренд і товар. Якщо навіть покупці не одразу куплять зазначену пачку олівців, то, безсумнівно, таке повідомлення не залишиться непоміченим, враховуючи механізми розпізнавання бренду та асоціацій. Окрім нагадування про бренд, якщо людина вперше побачила пачку олівців на даху будівлі, то швидше за все перше, що вона зробить, – це кілька фотографій, щоб додати до своїх розповідей, позначити компанію або поділитися місцем розташування. Обмін на соціальних платформах може зробити вміст вірусним, поширюючи бренд/товар потенційно необмеженій аудиторії.

Дослідження показали, що реклама в навколишньому середовищі має здатність викликати повагу та цікавість в аудиторії і зазвичай не розглядається як орієнтована на масову аудиторію. Відмітна особливість ambient-реклами полягає в тому, що вона спрямована викликати здивування у цільовій аудиторії. Використання навколишнього середовища в рекламі, наприклад стрижка дерев у формі логотипу підприємства, оформлення квіткових клумб у фірмовому стилі підприємства, дозволить не тільки привернути увагу споживчої аудиторії, але і підвищити її лояльність.

Ambient-маркетинг активно використовується величезною кількістю всесвітньо відомих брендів, є

одним із різновидів реклами, що зростає активніше. Цьому сприяють такі переваги ambient-маркетингу:

1. Привертає увагу. У сучасному світі з неймовірною кількістю реклами справді важко виділитися так, щоб залучити потенційних клієнтів. Тому компанії повинні бути креативними, придумувати щось нове й унікальне. Для привертання уваги людей потрібно їх здивувати або створювати позитивні емоційні відчуття. Якраз ambient-реклама має на меті привернути увагу, створюючи цікаві об'єкти, незвичайні рекламні носії, до того ж розміщуючи їх у несподіваних місцях. Наприклад, компанія Ліптон створила у Каїрі (Єгипет) величезний куш у вигляді горнятка чаю, повз якого люди так просто не проходять, оскільки він дивує і привертає увагу.

2. Може стати вірусним. Якщо реклама впливає на людей емоційно, має відмінні ознаки та практичну цінність, вона може легко стати вірусною. У світі, де домінують технології, люди постійно роблять фотографії, відео та діляться ними в соціальних мережах, таких як Twitter, YouTube, Instagram, Facebook, TikTok. Такими способами можна розширити аудиторію компанії. Звичайно, що це відразу не підвищить обсяг продаж, але може принаймні підвищити впізнаваність бренду.

3. Органічність та ненав'язливість. Важливо, що ambient-реклама чітко передає повідомлення бренду та не входить в особистий простір клієнтів. Так, завдяки деяким унікальним конструкціям, фрескам, незвичайним об'єктам на вулицях компанії не змусить людей стати її клієнтами. Однак якщо компанії вдасться заінтригувати людей, які проходять повз таку креативну рекламу, вони можуть розповісти іншим про цей бренд, а їхні друзі чи колеги вже придбають товар за власним переконанням.

4. Охоплення ширшої аудиторії. Ambient-маркетинг дозволяє компанії співпрацювати з цільовою аудиторією, з якою важко взаємодіяти за допомогою традиційних медіа. Тут взаємодія відбувається через креативні рекламні оголошення, які передають яскраво оформлене повідомлення, мають унікальний дизайн і з'являються в неочікуваних місцях. Щоб змусити людей говорити про бренд, маркетологи для розміщення ambient-реклами зазвичай обирають популярні місця або жваві вулиці. Чим більше людей таку рекламу бачать, тим краще для бренду. Отже, за допомогою ambient-маркетингу можна охопити не тільки своїх клієнтів, але й клієнтів або людей, які просто проходять повз. Об'єкт, який передає маркетингове повідомлення, може підвищити впізнаваність бренду для різних сегментів споживачів.

5. Збільшення часу контакту з ambient-медіа. Якщо споживач готовий витратити трохи більше трьох секунд на ознайомлення з традиційними медіа, то у випадку з ambient-носіями цей показник збільшується до хвилини і навіть більше. Це відбувається завдяки вдалому та інтригуючому розміщенню реклами та при чіткому її спрямуванні на цільову аудиторію. [1].

6. Можливість виділити товар серед конкурентів чи аналогічних пропозицій на ринку і навіть зростання лояльності клієнтів до бренду.

7. Запам'ятовуваність. Ambient-реклама дозволяє людям побачити конкретний бренд абсолютно по-новому. Такі кампанії викликають сильні емоції, а експериментальні методи промоції дозволяють споживачам краще запам'ятати бренд. Іноді ця форма реклами може навіть викликати такі емоції, як шок або страх [8-9].

Проте, як і будь-якому явищу, ambient-маркетингу притаманні й недоліки. По-перше, навіть основна перевага з часом може стати головним недоліком – через те що об'єкти органічно вписуються в довколишнє середовище, розташована на них реклама може злитися з середовищем і не буде сприйматися людьми. По-друге, до недоліків також можна віднести суперечливість використання деяких каналів комунікації. Наприклад, та ж реклама на асфальті. Тут протидією дешевизні та великому потоку людей є кліматичні умови та щільність пішохідного переходу. Або ж врахування не позбавленої логіки думки, що носій інформації, по якому "ходять ногами", принижує товар або послугу. По-третє, ще одним недоліком ambient-маркетингу є те, що для того, щоб реклама не була марною та викликала інтерес, її необхідно постійно змінювати. Реклама повинна приймати все нові та нові відображення, щоб справляти враження на оточуючих. По-четверте, потрібно враховувати, що ambient-реклама може бути дорожчою, ніж традиційна. Також неабияке значення має той факт, що така реклама потребує і відповідних партнерів, і досягнення плідного співробітництва з ними також вимагає великих зусиль.

Ambient-маркетинг передбачає, що практично кожен простір є потенційним носієм, який можна використовувати для презентації думок, ідей чи товарів/послуг. Таким чином, як форма комунікації з потенційними клієнтами ambient-маркетинг за умов належної підготовки є надзвичайно ефективним [10].

Ambient-реклама відрізняється від традиційних медіа насамперед тим, що її неможливо ігнорувати завдяки її характерним особливостям: відповідність атмосфері, до якої потенційні покупці звикли; впливає на свідомість, пробуджуючи у людини широкий спектр емоцій; нестандартність та креативність передачі інформації; спрямованість на клієнтів нішевих ринків; забезпечення якісного контакту з аудиторією; відсутність можливості копіювання реклами конкурентами, оскільки через втрату оригінального характеру ефективність маркетингового інструменту знижується [9].

Однією з особливостей ambient-маркетингу є те, що він не вимагає чітко визначених інструментів, надає повний простір для сміливої творчості маркетологів [11]. Двері ліфта, ліхтарні стовпи, тротуари, розфарбовані лавочки, графіті на стінах, огорожі, дорожні знаки, дзеркала і раковини в туалетах, ручки холодильників із напоями, автомати для кави в кав'ярнях, касові чеки, сходишки ескалатору, банкомати, каналізаційні люки та багато

інших предметів є локаціями для ambient-маркетингу. В сучасному світі рекламними носіями можуть бути звичайні предмети, на які може впасти погляд майбутнього потенційного споживача – носові хустки, бритви, лавки, пляжні роздягальні, оздоблювальний матеріал, коробки для піци, мости, банкомати та багато інших предметів, що оточують людей у повсякденному житті. Перерахувати всі

ambient-медіа неможливо, тому що на ринку постійно з'являються все нові та нові приклади розміщення реклами у нетрадиційних місцях. У табл. 1 представлений поділ носіїв реклами, запропонований британським outdoor-оператором Condor у 1998 р.

Таблиця 1

Рекламні засоби та місця контактів споживачів із ambient-медіа

Сфера розміщення	Місце контакту	Приклад рекламних засобів
Будинок		Реклама на мікрофонах в телепрограмах, реклама на бритві, реклама на упаковці продуктів, реклама на яйцях, реклама на квитанціях ЖКГ, реклама на пакетах, реклама на сірниках
Відпочинок	Кінотеатри, стадіони, бари, клуби та ресторани, фітнес-клуби, концертні майданчики, парки, пляж, розважальні центри, салони краси	Стенди для листівок, реклама на стінах туалету, реклама на підставках під пивні кружки, брендований оздоблювальний матеріал, реклама на асфальті, реклама на посуді, реклама на сірникових коробках, реклама на кріслах, реклама на дні басейну, реклама на льоду, реклама на шоколадках, реклама на дзеркалах, брендovanі лавки, кошики для сміття, стіни в душі
Транспорт	Метро, залізниця та автобуси (транспорт та станції), автобусні зупинки, АЗС та пункти автосервісу, аеропорти і т.д.	Постери на вантажівках, автобусах і т. д., “пістолети” на АЗС, реклама на перегородках паркування, реклама на квитках, реклама на кріслах у літаках, реклама на моніторах, реклама на поручнях в автобусах, реклама у маршрутному таксі
Навчання	Дитячі садки, школи, університети та коледжі, бібліотеки	Постери, відеоекрани, оголошення, кошики для сміття, брендований оздоблювальний матеріал, реклама в підручниках, реклама на упаковках продуктів, реклама на іграшках, реклама на дитячих майданчиках
Робота	Офіси	Реклама на одязі, брендований оздоблювальний матеріал, орендована техніка та канцелярське приладдя
Магазини	Супермаркети, салони мобільного зв'язку, продуктові магазини, торгові центри, магазини одягу	Реклама на візках, реклама на кришках для їжі “на виніс”, стенди для листівок, реклама на підлогу, реклама на яйцях, реклама на пакетах, відеоекрани, реклама на чеках, реклама на вішалках, брендований оздоблювальний матеріал, реклама на упаковці продуктів, реклама на перегородках паркування та на розділових лініях, реклама на банкоматах та автоматах прийому платежів
Вулиця		Реклама на смітєвих контейнерах, рекламні пам'ятки, графіті, брендovanі лавки, рекламні клумби, проектування логотипів на небо та житлові будинки, брендovanі новорічні ялинки

Джерело: складено за даними [12]

Популярність та креативність ambient-маркетингу демонструє табл. 2.

Таблиця 2

Успішні приклади ambient-маркетингу

Компанія,	Бренд, товар, послуга	Нестандартна маркетингова комунікація
1	2	3
Nestle, KitKat		Оформлення лавки у вигляді шоколаду

1	2	3
Lipton, чай		Кущі у парку, підстрижені у вигляді чайних горняток та доповнені чайними бирками
Mr. Proper, миючий засіб		Використання звичайного пішохідного переходу, зробивши одну з його смужок значно більшою за інші
Mcdonalds, картопля-фрі		Зображення упаковки картоплі-фрі на пішохідних переходах
IWC, годинники		Реклама годинників безпосередньо в автобусі за допомогою спеціальних стилізованих ручок. Людина, яка тримається за одну з них, ставить руку так, ніби має одягнений годинник. Виглядає кумедно, а головне - кожна особа, яка тримається за поручень, обов'язково зверне увагу на годинник.
Duracell, батарейки		Розміщення на підлозі навпроти ескалатора плакату зі зображенням псевдолюка, з якого видно батарейки цієї компанії
Smart		Танцюючий світлофор, щоб змусити пішоходів чекати на зелене світло, а не ризикувати переходити на червоне, коли танцювальні кроки - це рухи самих перехожих
Eliane Indiani Fitness Center		Ефектне відкривання дверей ліфта для реклами бразильського фітнес-центру під девізом "Entre em forma"

1	2	3
Primark		Наповнення одягом та аксесуарами дуже великих версій брендів сумок Primark, перетворюючи покупців і співробітників на бігборди, які сповіщають про грандіозне відкриття з іронічними повідомленнями на стінках
Netflix		Перетворення знаменитої статуї середнього пальця Мауріціо Каттелана, розташовано у штаб-квартирі міланської фондової біржі на площі Аффарі у продовження статуї червоного кольору у вигляді злодія у капюшоні та в масці Далі на честь святкування виходу третього сезону серіалу “Паперовий будинок” (La Casa de Papel) (Netflix). За дві ночі до офіційного релізу на площі вийшли два епізоди, які здивували понад 5000 шанувальників, що зібрались перед статуєю, щоб подивитися на них. У період із 18 до 22 липня було опубліковано понад 57300 дописів у соціальних мережах, які викликали понад 1,6 млн взаємодій.
Netflix		Встановлення на фасаді станції метро Baker Street пам'ятника зграї воронів, які є особливою деталлю одного з персонажів серіалу Sherlock Homes “The Irregulars”, щоб рекламувати spin-off. Крім того, перед вокзалом встановили статую детектива, також вкрити воронами.
National Geographic		Реклама зі слоганом “Готовий до пригод бразильськими лісами?” у вигляді оптичної ілюзії – спеціально розробленого килимка, надрукованого і розміщеного на початку ескалатора
Зоомагазин Jakpetz, спрей для собак Frontline		Зоомагазин Jakpetz мав обмежений рекламний бюджет. Реклама спрею для собак Frontline, у якій люди навіть не підозрювали, що вони є частиною реальної реклами, граючи роль бліх.

Джерело: складено за даними [1, 7]

Показово, що приклади застосування ambient-маркетингу, наведені у табл. 2, не пов'язані з залученням величезних бюджетів для нестандартних маркетингових комунікацій, але досягали поставлених цілей своєю унікальністю, незабутністю і навіть простотою, синергія яких впливає на купівельну поведінку людей.

Маркетингові дослідження показали, що пересічні люди цінують в ambient-кампаніях не тільки творчий підхід і винахідливість творців рекламних повідомлень, а й доречне використання навколишнього середовища. Їм подобається, коли якісна, грамотно розміщена креативна реклама робить міський пейзаж привабливішим і різноманітнішим. Наприклад, у рекламі добрив Raton добре спрацювала така оригінальна ідея: навколо стовбурів

найбільших і найкрасивіших дерев у місті розмістили квіткові горщики з логотипом цього добрива. За першим поглядом у людей складається враження, що дерево росте безпосередньо з горщика і своїм величезним зростом зобов'язане такому підживленню.

Загалом технології ambient-маркетингу ефективні там, де компанія може “спіймати і здивувати” свого споживача. Зважаючи на активний розвиток Інтернету на розвинених ринках, можна стверджувати, що нестандартні маркетингові комунікації в мережі Інтернет є одними з найперспективніших напрямів. Не менш важливими є маркетингові комунікації, що стосуються клубної та блог-культури, а також зовнішньої комунікації.

Українські підприємства також починають застосовувати ambient-маркетинг. Лавки Laura Ashley, клумби “Миргородської”, дорожні вказівники “Київстару” в Карпатах – це приклади ефективних засобів, які доносять до аудиторії сутність бренда, його стиль і збігаються з сприйняттям бренду споживачами. У ambient-маркетингу важлива ідея, яка буде залучати споживача і дивувати його на емоційному рівні без жодних раціональних аргументів, тобто ідея, що дивує, і гарне виконання – запорука успіху.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Для привертання уваги покупців компанії все більше звертаються до нетрадиційного маркетингу, одним із видів якого і є ambient-маркетинг. Ambient-маркетинг значно відрізняється від відомих стандартних видів, він не тільки органічно комунікує зі споживачами та з довколишнім середовищем, але й відрізняється незвичайністю цих комунікацій. Основним завданням ambient-маркетингу є не лише максимальне охоплення споживчої аудиторії, а й створення емоційного позитивного контакту з потенційними споживачами. Запорукою цього є вдале комбінування формату розміщення з ефективністю маркетингового повідомлення. Інтерес до ambient-медіа у сфері реклами пов'язаний перш за все з нестандартним рекламним рішенням не тільки щодо розміщення товару, але і його візуальної чи вербальної складової.

Реклама, передана через ambient-медіа, покращує сприйняття споживачами її цінності порівняно з рекламою, розміщеною в традиційних медіа. Зовнішні комунікації допомагають створити своєрідне партнерство між споживачами та брендами, про що свідчить позитивний вплив на сприйняття рекламної цінності та піклування про споживачів. Ambient-реклама має як низку переваг, так і окремі недоліки, не претендуючи на заміну традиційної реклами. Ambient-реклама органічно вписується в навколишнє середовище, але поступово стає звичною і з часом втрачає свою новизну, викликає звикання і не сприймається споживчою аудиторією. Тому термін життя нестандартних рекламних рішень є коротким, і компаніям важливо не упустити свій шанс виділитися у конкурентному середовищі. Ambient-рекламу доцільніше використовувати як доповнення до традиційних каналів промоції, метою якої є нагадування споживачеві про товар/послугу за допомогою інформації, розміщеної на різних носіях.

За результатами маркетингових досліджень можемо висновувати, що технології ambient-маркетингу впливають на емоції людей, привертаять увагу до бренду/компанії, але не є інструментом швидкого чи грандіозного збільшення обсягів продажів. У сучасних умовах ambient-маркетинг є одним із кращих засобів прориву на ринки товарів і послуг через особливості комунікації з потенційними споживачами, посилення іміджу підприємства та лояльності покупців. Подальші дослідження доцільно спрямувати на формування організаційно-економічного механізму управління технологіями ambient-маркетингу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ковальчук С., Пугачова О. Ambient-media: новий шлях розвитку партизанського маркетингу. *Маркетинг в Україні*. 2011. № 5-6. С. 39-45. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/197229332.pdf>.
2. Amice J. Shelton. Ph.D, Łukasz P. Wojciechowski, Ph.D, Jamie Warner. *Ambient marketing practices in the US: A professional view* (англ.). *Communication Today*. 2016. Vol. 7, no. 1. P. 70. URL: <https://www.communicationtoday.sk/download/12016/SHELTON-WOJCIECHOWSKI-WARNER-%25E2%2580%2593-CT-1-2016.pdf>.
3. What is Ambient Marketing: Ideas and Examples. URL: <https://sendpulse.com/support/glossary/ambient-marketing#:~:text=According%20to%20MarketingWeek%2C%2065%25%20of%20UK%20consumers%20say,surprising%20enough%2C%20ambient%20marketing%20comes%20to%20the%20rescue.>
4. Що таке Ambient-Media? URL: http://www.leosvit.com/art/ambient_media.htm.
5. Данилюк А., Титенская И. Ambient-Media – новые рекламные носители. URL: <http://bizkiev.com/content/view/368/205/>.
6. Ambient-Media – маркетинг, который заставляет оборачиваться. URL: <http://www.kokh.ru/ambient-media-marketing-kotoryj-zastavlyaet-obor/>.
7. Ambient marketing what it is advantages examples. URL: <https://eosmarketing.it/en/ambient-marketing-what-it-is-advantages-examples/>.
8. Зоріна О. І., Сиволовська О. В. Використання ambient-маркетингу як сучасної технології маркетингових комунікацій в українському медіа просторі. *Ефективна економіка*. 2018. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6048>.
9. Ambient marketing: определение и принцип действия. URL: <https://zaochnik.com/spravochnik/marketing/osnovy-reklamy/ambient-marketing/>.
10. Домарева Е. В., Пишкалов В. В. Эмбиент-маркетинг - альтернатива традиционным методам продвижения. *Проблемы экономики и менеджмента*. 2015. № 9 (49). С. 36-38. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/embient-marketing-kak-alternativa-traditsionnym-metodam-prodvizheniya>.
11. Евтюшина А. Э. Ambient marketing - эффективность нестандартности. *Научно-образовательный журнал для студентов и преподавателей “StudNet”*. 2020. №2. С. 379-384. URL: https://stud.net.ru/wp-content/uploads/2020/04/%D0%92%D1%8B%D0%BF%D1%83%D1%81%D0%BA-2_2020.pdf.
12. Сысоева Т. Л. Актуальность ambient media в условиях кризиса. *Экономика, общество, человек: теория, методология, реальность [Текст] : сб. науч. публикаций : в 2 ч. / отв. за вып. Д. А. Карх. Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2015. Ч. 1. С. 210-215. URL: https://science.usue.ru/images/docs/itogi/1389_Ekonomika%20obshchestvo%20chelovek%20CH.%201%20yubileyniy%20sbornik%20s%20ISBN.pdf#page=210*.

REFERENCES

1. Koval'chuk S. and Puhachova O. (2011), Ambient-media: novyj shliakh rozvytku partyzans'koho marketynhu, Marketynh v Ukraini, № 5-6, s. 39-45, available at: <https://core.ac.uk/download/pdf/197229332.pdf>.

2. Amiee J. Shelton. Ph.D, Łukasz P. Wojciechowski, PhD, Jamie Warner. (2016), Ambient marketing practices in the US: A professional viev (anhl.), Communication Today, vol. 7, no. 1, p. 70, available at: <https://www.communicationtoday.sk/download/12016/SHELTON-WOJCIECHOWSKI-WARNER-%25E2%2580%2593-CT-1-2016.pdf>.

3. What is Ambient Marketing: Ideas and Examples, available at: <https://sendpulse.com/support/glossary/ambient-marketing#:~:text=According%20to%20MarketingWeek%2C%2065%25%20of%20UK%20consumers%20say,surprising%20enough%2C%20ambient%20marketing%20comes%20to%20the%20rescue>.

4. Scho take Ambient-Media?, available at: http://www.leosvit.com/art/ambient_media.htm.

5. Danyiuk A. and Tytenskaia Y. Ambient-Media – novye reklamnye nosytely, available at: <http://bizkiev.com/content/view/368/205/>.

6. Ambient-Media – marketynh, kotoryj zastavliaet oborachyvat'sia, available at: <http://www.kokh.ru/ambient-media-marketing-kotoryj-zastavlyayet-obor/>.

7. Ambient marketing what it is advantages examples, available at: <https://eosmarketing.it/en/ambient-marketing-what-it-is-advantages-examples/>.

8. Zorina, O. I. and Syvolovs'ka, O. V. (2018), Vykorystannia ambient-marketynhu iak suchasnoi

tekhnologii marketynhovykh komunikatsij v ukrains'komu media prostori, Efektyvna ekonomika, № 1, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6048>.

9. Ambient marketing: opredelenye y pryntsyp dejstvija, available at: <https://zaochnik.com/spravochnik/marketing/osnovy-reklamy/ambient-marketing/>.

10. Domareva, E. V. and Pyskalo, V. V. (2015), Embyent-marketynh – al'ternatyva tradytsyonnym metodam prodvyzheniya, Problemy ekonomyky y menedzhmenta, № 9 (49), s. 36-38, available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/embient-marketing-kak-alternativa-traditsionnym-metodam-prodvizheniya>.

11. Evtiushyna, A. E. (2020), Ambient marketing – efektyvnost' nestandartnosti, Nauchno-obrazovatel'nyj zhurnal dlja studentov y prepodavatelej "StudNet", №2, s. 379-384, available at: https://stud.net.ru/wp-content/uploads/2020/04/%D0%92%D1%8B%D0%BF%D1%83%D1%81%D0%BA-2_2020.pdf.

12. Sysoeva, T. L. (2015). Aktual'nost' ambient media v uslovyakh kryzysa, Ekonomika, obschestvo, chelovek: teoryia, metodolohyia, real'nost' [Tekst] : sb. nauch. publikatsyj : v 2 ch., otv. za vyp. D. A. Karkh, Yzd-vo Ural. hos. ekon. un-ta, Ekaterynburh, Ch. 1, s. 210-215, available at: https://science.usue.ru/images/docs/itogi/1389_Ekonomika%20obschestvo%20chelovek%20CH.%201%20ubuleyniy%20sbornik%20s%20ISBN.pdf#page=21.

Стаття надійшла до редакції 15 листопада 2021 року

УДК 658:005

Панченко В. А.,

ORCID ID: 0000-0002-4927-0330,

д. е. н., проф., професор кафедри менеджменту освіти, Центральноукраїнський державний педагогічний університет імені Володимира Винниченка, м. Кропивницький

Панченко О. П.,

or_panchenko@ukr.net,

к. е. н., викладач циклової комісії управління та адміністрування, Кіровоградський кооперативний фаховий коледж економіки і права імені М. П. Сая, м. Кропивницький

ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПОБУДОВИ МАТРИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ

Анотація. У теорії та практиці менеджменту персоналу залишається недостатньо ґрунтовно розкрита специфіка організаційного проектування, особливо для виробничих підприємств. Передбачається, що застосування матричної організаційної структури управління в умовах впровадження інновацій може вирішити проблеми бюрократії, недисциплінованості, нерациональної організації праці, одночасно зменшуючи фінансові витрати на управління персоналом. Мета статті полягає у теоретичному обґрунтуванні вдосконалення системи управління персоналом шляхом створення матричної організаційної структури управління в умовах впровадження інновацій. Для того, щоб бізнес ефективно, злагоджено та систематично працював, він потребує планової структури, яка відповідає меті, завданням, стилю, розмірам та комерційним операціям підприємства. Обґрунтовано, що організаційна структура управління підприємством є одночасно: системою елементів для досягнення конкретних бізнес-цілей; соціальним об'єктом керівництва; формою взаємодії усіх елементів (ланок, рівнів) управління. Обґрунтовано, що інновації являють собою новостворені або удосконалені конкурентоздатні технології, продукцію або послуги, які суттєво поліпшують структуру та якість виробничих процесів, соціальної сфери підприємства. Визначено, що менеджери можуть впроваджувати різні удосконалення, інновації, здійснювати модернізацію системи управління персоналом, перерозподіляти ресурси, розширювати та укрупнювати різні відділи, що вимагає якісної зміни організаційної структури. Визначено, що матрична організаційна структура виробничого промислового підприємства має відповідати програмно-цільовому характеру проектно-господарської діяльності. Побудовано проект та визначено переваги та недоліки застосування матричної організаційної структури управління підприємством в умовах впровадження інновацій. Доведено, що матричну організаційну структуру для виробничого підприємства можна ефективно використовувати в умовах високого рівня невизначеності і динамізму ринкового середовища при впровадженні інновацій. Це дозволить визначити зміни цілей і завдань, розробку нової стратегії бізнесу, досягти низького рівня структурованості проблем, мотивації працівників при проектуванні робіт. Організаційна структура управління підприємством являє собою соціально-виробничу систему, яка складається з рівнів та органів менеджменту, підпорядкованих робочих елементів (відділів, цехів, служб, структурних підрозділів) та передбачає їх взаємозв'язок, які забезпечують реалізацію стратегічних цілей бізнесу підприємства. За результатами проведеного дослідження можна стверджувати, що матрична організаційна структура управління відповідає основним вимогам реалізації інноваційних проектів у межах всього підприємства і націлена на розвиток бізнесу. При цьому досягається одночасно вертикальна, функціональна спеціалізація і проектно-цільова інтеграція всіх працівників та менеджерів підприємства, що призводить до зменшення кількості помилок в управлінні персоналом. Перспективами подальших досліджень можуть стати обґрунтування та проектування організаційної структури відділу економічної безпеки інноваційного підприємства.

Ключові слова: організаційна структура, управління персоналом, підприємство, менеджмент, інновації.

Panchenko V. A.,

ORCID ID: 0000-0002-4927-0330,

Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Education Management, Central Ukrainian State Pedagogical University named after V. Vynnychenko, Kropyvnytskyi

Panchenko O. P.,

Ph.D., Lecturer of the Cycle Commission of Management and Administration, Kirovograd Cooperative Professional College of Economics and Law named after M.P. Say. Kropyvnytskyi

THEORETICAL SUBSTANTIATION OF BUILDING OF MATRIX ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF ENTERPRISE'S MANAGEMENT IN CONDITIONS OF INNOVATIONS IMPLEMENTATION

Abstract. *In the theory and practice of personnel management, the specifics of organizational design, especially for manufacturing enterprises, remain insufficiently thoroughly disclosed. It is assumed that the use of a matrix organizational structure of management in the implementation of innovations can solve the problems of bureaucracy, indiscipline, irrational organization of labor, while reducing the financial costs of personnel management. The purpose of the article is to theoretically substantiate the improvement of personnel management system by creating a matrix organizational structure of management in the implementation of innovations. In order for a business to operate efficiently, coherently and systematically, it needs a planning structure that meets the purpose, objectives, style, size and commercial operations of the enterprise. It is substantiated that the organizational structure of enterprise management is at the same time: a system of elements to achieve specific business goals; social object of leadership; form of interaction of all elements (links, levels) of management. It is substantiated that innovations are newly created or improved competitive technologies, products or services that significantly improve the structure and quality of production processes, the social sphere of the enterprise. It is determined that managers can implement various improvements, innovations, modernize the personnel management system, redistribute resources, expand and consolidate various departments, which requires a qualitative change in the organizational structure. It is determined that the matrix organizational structure of the production enterprise must correspond to the program-target nature of the project economic activity. The project is built and the advantages and disadvantages of using the matrix organizational structure of enterprise management in the implementation of innovations are identified. It is proved that the matrix organizational structure for a manufacturing enterprise can be effectively used in conditions of high level of uncertainty and dynamism of the market environment in the implementation of innovations. This will identify changes in goals and objectives, develop a new business strategy, achieve a low level of structured problems, motivate employees in the design of works. The organizational structure of enterprise management is a social and production system consisting of levels and management bodies, subordinate working elements (departments, shops, services, structural units) and their relationship, which ensure the implementation of strategic goals of the enterprise. According to the results of the study, it can be argued that the matrix organizational structure of management meets the basic requirements for the implementation of innovative projects throughout the enterprise and is aimed at business development. At the same time, vertical, functional specialization and project-target integration of all employees and managers of the enterprise are achieved at the same time, which leads to a reduction in the number of errors in personnel management. Prospects for further research may be the substantiation and design of the organizational structure of the department of economic security of an innovative enterprise.*

Key words: organizational structure, personnel management, enterprise, management, innovations.

JEL Classification: M12

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2021-65-13>

Постановка проблеми. Побудова управлінської структури підприємства здійснюється шляхом організаційного проектування, відповідно до мети бізнесу та цілей. Метою такого організаційного проектування робіт є забезпечення високого рівня діяльності трудового персоналу. Для забезпечення високого рівня організованості будь-якого виду господарської діяльності підприємства необхідно в першу чергу, щоб вона була спроектована, структурована, нормована і була забезпечена управлінською інформацією, а також здійснювалася за раціональною для певних умов виробничою технологією. Однак у теорії та практиці менеджменту персоналу досі залишається недостатньо ґрунтовно розкрита специфіка організаційного проектування, особливо для виробничих підприємств.

Передбачається, що застосування матричної організаційної структури управління в умовах впровадження інновацій допоможе вирішити проблеми бюрократії, недисциплінованості, нерациональної організації праці, одночасно зменшуючи фінансові витрати на управління персоналом.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Теорію і практику управління виробничими комерційними організаціями вивчали такі вітчизняні та зарубіжні вчені: Д. А. Аширов, Д. Бодди, І. М. Герчикова, Г. В. Осовська, Л. І. Лукічева, Р. А. Фатхутдінов, Ф. І. Хміль та інші. Особливості проектування організаційних структур розглядали у працях із теорії менеджменту М. О. Беседін, О. С. Виханський, З. С. Гладун, В. М. Нагаєв, В. О. Качмар, Г. О. Слабкий, А. І. Хвищун та інші вчені. Проблемам управління інноваційною діяльністю підприємства в теорії менеджменту приділено значну увагу з боку вчених, зокрема варто згадати праці І. В. Афоніна, С. І. Кравченка, Т. О. Скрипка, Р. А. Фатхутдінова, Й. Шумпетера, Г. Щокіна та ін.

Проте поза увагою науковців залишилась актуальна проблема обґрунтування вибору найбільш оптимальної організаційної структури управління в умовах впровадження інновацій, що потребує подальших наукових досліджень.

Постановка завдання. Мета статті полягає у теоретичному обґрунтуванні вдосконалення

системи управління персоналом шляхом створення матричної організаційної структури управління в умовах впровадження інновацій.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Кожна організація має ієрархію людей та робочих функцій, незалежно від того, чи є вони органічними чи навмисними. Для того щоб бізнес ефективно та систематично працював, він потребує планової структури, яка відповідає стилю, розмірам та операціям організації. Організаційна структура забезпечує “керівні принципи ієрархії, повноваження структури та відносин, зв’язок між різними функціями та координацією з навколишнім середовищем” [5, 90-105].

Варто відзначити: серед вчених досі немає єдиної думки, що слід розуміти під “структурою управління підприємством”.

Наприклад, К. Козлова під “організаційною структурою управління” розуміє соціальну систему співпорядкованих та взаємопов’язаних самостійних управлінських підрозділів і окремих посад, що виконують функції управління, яка створена за допомогою інформаційно-комунікаційних зв’язків та економічних стимулів для досягнення поставлених цілей [8].

За Т. Акимовою, “організаційна структура” - впорядкована сукупність стійких взаємопов’язаних елементів, що забезпечують функціонування й розвиток організації як єдиного цілого [1, с. 197].

На думку В. Весніна, “організаційна структура підприємства” - впорядкована сукупність взаємопов’язаних підрозділів, що виокремилися в процесі розподілу праці [3, с. 217].

Дослідник А. Райченко “структурою управління підприємством” називає процес тієї чи іншої практичної діяльності, що здійснюється, як правило, в рамках конкретної організації як соціальної системи [15, с. 38].

Отже, враховуючи різні погляди науковців, можна стверджувати, що “організаційна структура управління підприємством” є одночасно: системою елементів для досягнення конкретних бізнес-цілей; соціальним об’єктом керівництва; формою взаємодії усіх елементів (ланок, рівнів) управління.

Науковці М. П. Дорошенко та В. Л. Вороніна вважають, що організаційна структура підприємства безпосередньо впливає на забезпечення реалізації стратегії діяльності підприємства. В сучасному веденні бізнесу вирішальним фактором, що забезпечує ефективність функціонування підприємства, є якісна й налагоджена функціонуюча організаційна структура [6, с. 52].

М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі [10] справедливо вказують, що розробка організаційної структури не може передувати формулюванню стратегічних цілей і стратегій розвитку організації. Організаційна функція є наступною за плануванням, а не навпаки. По своїй суті, організаційна структура є інструментом реалізації стратегії бізнесу, тобто вона вторинна, первинними є фактори, що впливають на її побудову:

- стратегія – цілі та специфіка ведення бізнесу;
- середовище – споживачі, конкуренти, темпи змін;
- технологія – бізнес-процеси, серійність тощо;
- розмір – масштаби діяльності, географічна віддаленість, кількість персоналу;
- стадія життєвого циклу – становлення, зростання, сталий розвиток чи перетворення [10, с. 413-423].

Організаційна структура повинна бути гнучкою і здатною адаптуватися до змін. Кількісні та якісні зміни передбачають можливість успішно адаптуватися до змін у системі управління персоналом. Це зумовлено тим, що підприємство постійно має пристосовуватися до змін внутрішнього та зовнішнього середовищ. Менеджери можуть впроваджувати різні удосконалення, інновації, здійснювати модернізацію системи управління персоналом, перерозподіляти ресурси, розширювати та укрупнювати різні відділи, що вимагає якісної зміни організаційної структури. У випадку впровадження інновацій менеджерам необхідно перепроектувати існуючу організаційну структуру управління підприємством, адаптуючи персонал до нових умов діяльності. Тому розглянемо детальніше сутність інновації та інноваційної діяльності підприємства.

Так, у Законі України “Про інноваційну діяльність” терміни “інновація”, “інноваційна діяльність” вживаються в такому значенні:

Інновації – новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [14].

Інноваційна діяльність – діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг [14].

На погляд М. А. Полегенької, сутність інновацій полягає у використанні творчої інтелектуальної діяльності людини, спрямованої на підвищення ефективності діяльності в різних сферах [13, с. 60].

Тобто інновації передбачають певні покращення, удосконалення, модернізацію певних виробничих процесів, продуктів, товарів і послуг, системи управління підприємством тощо.

В. І. Карюк справедливо вказує, що посилення ролі наукомістких виробництв з метою максимізації соціально-економічного результату їх діяльності вимагає формування ефективної системи управління інноваціями, яка була б гнучкою та швидко пристосовувалася до змін зовнішнього середовища. Розробка практичних рекомендацій щодо удосконалення системи управління інноваційною діяльністю на підприємстві дасть змогу вітчизняним підприємствам розширити їх інноваційний потенціал і активно виходити на зарубіжні ринки зі своєю

інноваційною продукцією та, як результат, отримувати більш високий комерційний результат своєї діяльності, залучати інвестиції для подальшого як економічного, так і соціального розвитку підприємства [7].

Варто зазначити, що процес вибору і побудови організаційної структури управління підприємством в умовах впровадження інновацій має бути ретельно виважений менеджерами, бо від цього залежить успішність керівництва персоналом.

Наприклад, дослідниця Н. Г. Метеленко сформулювала передумови, на яких повинен ґрунтуватися процес проектування організаційної структури управління як організаційно-управлінської підсистеми внутрішнього господарського механізму ефективного функціонування промислового підприємства: врахування специфіки (галузеві особливості, розміри підприємства, кадровий склад, рівень механізації тощо) підприємства з метою раціоналізації потоків інформації та технології її обробки; раціоналізація територіального розміщення усіх підрозділів та структурних одиниць; надійність внутрішньофірмових комунікацій на рівні документообігу з метою мінімізації витрат на транспортування документації та потоків інформації; постійний моніторинг функцій підрозділів та структурних одиниць організаційної структури з метою врахування змін внутрішнього та зовнішнього середовища; досягнення економічних, науково-технічних та інших цілей підприємства з мінімальними витратами на весь обсяг інформації, необхідної для розробки управлінських рішень та своєчасної їх реалізації; мінімізація кратності передачі інформації між підрозділами відповідно до розробленої схеми їх взаємодії [11, с. 49].

Під організацією здійснення інновацій розуміємо процес упорядкування елементів інноваційної системи, що забезпечує раціональне поєднання в часі й просторі всіх елементів процесу розробки та дифузії новацій з метою ефективного виконання ухвалених планових рішень з досягнення завдання і стратегічних цілей підприємства. Організація інноваційного менеджменту передбачає створення певної ієрархічної організаційної структури, до складу якої входять спеціалізовані підрозділи управління, керівники різних рівнів, яким надають повноваження для ухвалення та реалізації певних управлінських рішень і які є відповідальними за їх результати. Успіх управління інноваціями залежить від організаційної моделі підприємства загалом та підрозділів, які безпосередньо є відповідальними за нововведення [9].

Р. Б. Вільгуцька робить висновок, що нововведення потребують гнучкості та мобільності організаційних структур управління, їх децентралізації, координації процесів, відкритості організації до інновацій, злагодженого клімату та робочої атмосфери між службами, які працюють над інноваціями. Організація та її система повинні бути адаптовані до інновації або пройти даний процес. Проблеми, які виникають на підприємстві під час впровадження інновацій, можна вирішити,

узгодивши їхні особливості з характерними властивостями підприємства. Впровадження інновацій безпосередньо впливає на його організаційну структуру управління, змінюючи і роблячи її більш гнучкою, відкритою та інтегрованою. Нововведення інколи потребують перебудови організаційної структури управління підприємства, тоді коли відбуваються зміни у певній сфері діяльності підприємства, що приводить до змін структурних елементів, зокрема створення нових або поєднання існуючих. Ефективність інноваційного процесу буде спостерігатися тоді, коли під час реалізації залучаються різні елементи організаційних структур управління підприємства, а його формування насамперед орієнтоване на досягнення цілей підприємства, забезпечуючи тим самим ефективну його діяльність [4, с. 102].

Зазначеним вище вимогам відповідає матрична організаційна структура управління виробничим промисловим підприємством, яке активно впроваджує різні інновації в свій бізнес.

Зазвичай матрична організаційна структура використовується підприємствами у випадку, коли виникла проблема неможливості використання існуючих організаційних структур для впровадження інновацій, а також якщо неможливе використання функціональних структур, в яких інтеграція можлива тільки на вищому рівні управлінської ієрархії.

Матрична організаційна структура дає змогу дешево, гнучко й ефективно маневрувати трудовими ресурсами, коштами, проектувати види робіт за рахунок їх перерозподілу між проектами та окремими виконавцями, водночас зберігаючи адміністративну підпорядкованість до відповідних функціональних відділів та менеджерів вищого рангу. Якщо підприємство впроваджуватиме інновації, то необхідно здійснити перепроєктування діючої організаційної структури управління на матричний тип.

Матрична організаційна структура виробничого промислового підприємства має відповідати програмно-цільовому характеру проектно-господарської діяльності.

Для впровадження інноваційних заходів (створення нового продукту, реорганізація, нова технологія тощо) створюють тимчасові проектні групи, які очолюють керівники проектів. Напівавтономні робочі групи працівників, які формуються для реалізації конкретного інноваційного проекту, уповноважені акумулювати ресурси, здійснювати власну організацію праці, встановлювати стандарти якості продукції. Такі групи очолює менеджер з проекту.

При матричній структурі управління підприємством передбачається, що всередині певних функціональних служб виробничого промислового підприємства за кожною групою працівників закріплюються конкретні інноваційні проекти. Створення таких проектних груп для здійснення певних робіт і досягнення тимчасових та специфічних інноваційних цілей забезпечує гнучкість і цілеспрямовану діяльність управлінського персоналу, раціональне використання фахових знань, вмінь, навичок,

талантів і кваліфікації спеціалістів, які беруть безпосередню участь у групі без жорсткого функціонального розподілу повноважень керівників.

Тобто матричний принцип взаємовідносин взаємопов'язаний із функціональною структурою. Повноваження між керівником проекту та функціональним менеджером розподіляються таким чином: перший визначає завдання, методи, засоби вирішення і термін виконання, а другий - склад групи від свого підрозділу. За кінцеві результати проекту включно з витратами коштів, часу та якістю виконання відповідає керівник проекту. З огляду на це повинні бути налагоджені чіткі горизонтальні комунікації. За таких умов матрична структура дуже гнучка, повністю спрямована на нововведення, забезпечує високу ефективність роботи, незначні терміни розробки і оперативність роботи.

При матричній організаційній структурі управління підприємством менеджер інноваційного проекту безпосередньо працює з не підпорядкованими йому спеціалістами, які певною мірою залежать від своїх лінійних керівників. Менеджер з проекту самостійно визначає, що, коли і як повинно бути виконано працівниками з конкретної програми. Лінійні керівники вирішують, хто і як із підлеглих їм працівників буде виконувати ту чи іншу роботу.

На нашу думку, найдоцільніше використовувати управління інноваційними процесами саме на основі матричної організаційної структури на підприємствах, де наявна велика номенклатура та широкий асортимент продукції, яку часто необхідно оновлювати відповідно до запитів товарного ринку.

Приклад проекту матричної організаційної структури підприємства, яке активно впроваджує інновації, представлено на рисунку 1.

Як видно з рис. 1, обов'язковими елементами організаційної структури управління є: робочі групи з науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт (НДДКР), менеджери проектів, а також виробничі, маркетингові, фінансові групи працівників. Менеджери можуть успішно застосовувати економічні, соціально-психологічні та адміністративні методи управління персоналом, керуючи інноваційним проектом. Всі елементи взаємодіють та взаємопов'язані.

Результати проведеного дослідження вказують на те, що матрична організаційна структура управління підприємством, хоч і є ефективною в умовах впровадження інновацій, має свої сильні сторони й обмеження, про які слід пам'ятати менеджерам.

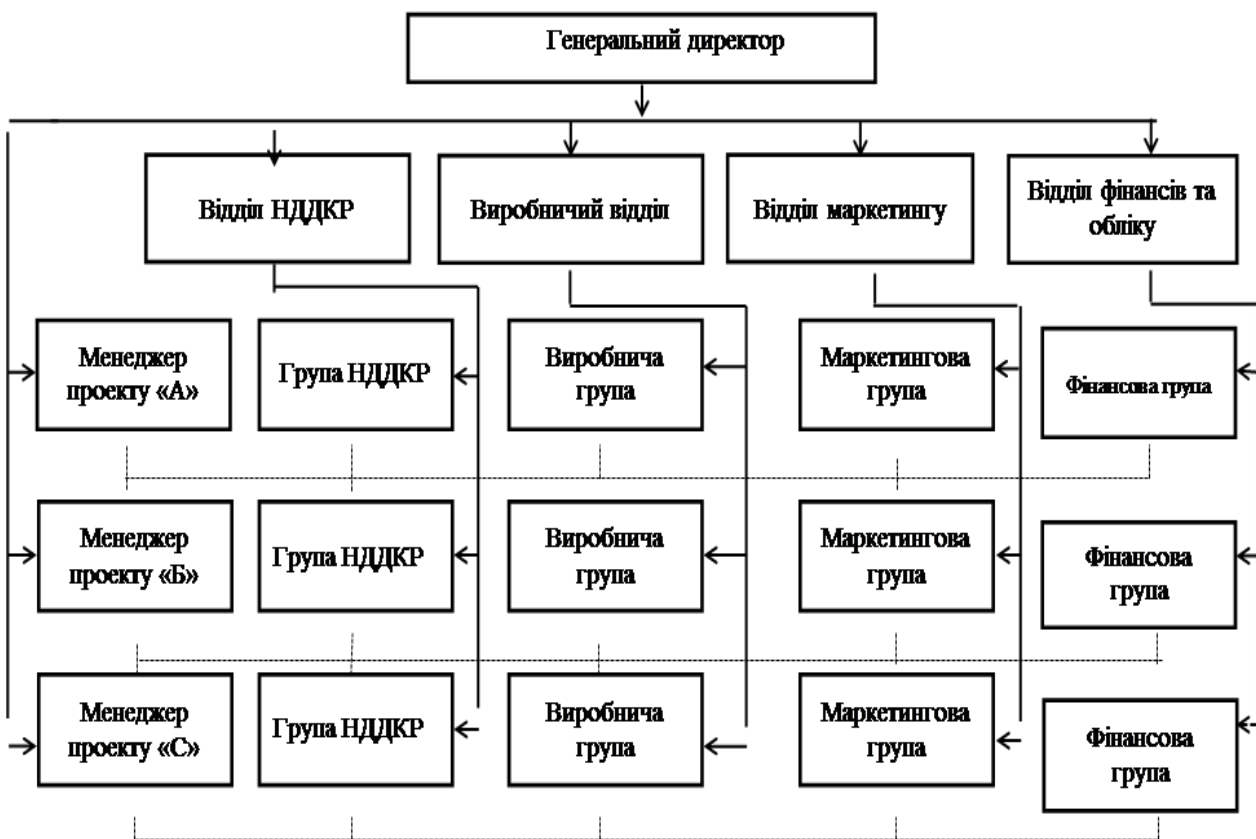


Рис. 1. Проект матричної організаційної структури управління в умовах впровадження інновацій
Узагальнено авторами на основі [2; 4; 6; 7; 12; 16].

Переваги та недоліки застосування матричної організаційної структури управління підприємством в умовах впровадження інновацій

Переваги	Недоліки	Методи управління
<ul style="list-style-type: none"> – Краща орієнтація на проектні (програмні) цілі. – Можливість прийняття керівником проекту швидких креативних рішень. – Більш гнучке та ефективне використання персоналу організації, спеціальних знань і компетентності співробітників. – Відносна автономність проектних груп сприяє розвитку у працівників навичок прийняття рішень, управлінської культури, професійних навичок. – Призначається один керівник – “хазяїн” процесу, який відповідає за всі питання, які стосуються проекту. – Зменшується час реакції на проблеми, оскільки створено горизонтальні комунікації і єдиний центр прийняття рішень. 	<ul style="list-style-type: none"> – Боротьба за владу між керівниками функціональних і проектних підрозділів. – Переваги кар’єрного зростання у співробітників проектного напрямку перед функціональним. – Можливість порушення правил та стандартів у проектній групі. – Високі вимоги до кваліфікації всіх членів проектних груп. – Необхідність постійного контролю керівника організації за співвідношенням поділу ресурсів. – Труднощі, пов’язані зі встановленням чіткої відповідальності за роботу за завданням проекту і роботу за завданням підрозділу. 	<ul style="list-style-type: none"> – Економічні; – Соціально-психологічні; – Адміністративні.

Узагальнено авторами на основі [2; 12; 16].

ЛІТЕРАТУРА

Отже, матричну організаційну структуру для виробничого підприємства можна ефективно використовувати в умовах високого рівня невизначеності і динамізму ринкового середовища при впровадженні інновацій. Це дозволить визначити зміни цілей і завдань, розробку нової стратегії бізнесу, досягти низького рівня структурованості проблем, мотивації працівників при проектуванні робіт.

Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Організаційна структура управління підприємством являє собою соціально-виробничу систему, яка складається з рівнів та органів менеджменту, підпорядкованих робочих елементів (відділів, цехів, служб, структурних підрозділів) та передбачає їх взаємозв’язок, які забезпечують реалізацію стратегічних цілей бізнесу підприємства. За результатами проведеного дослідження можна стверджувати, що матрична організаційна структура управління відповідає основним вимогам реалізації інноваційних проектів у межах всього підприємства і націлена на розвиток бізнесу. При цьому досягається одночасно вертикальна, функціональна спеціалізація і проектно-цільова інтеграція всіх працівників та менеджерів підприємства, що призводить до зменшення кількості помилок в управлінні персоналом.

Перспективами подальших досліджень можуть стати обґрунтування та проектування організаційної структури відділу економічної безпеки інноваційного підприємства.

1. Акімова Т. Теория организации. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 367 с.

2. Бабич Д. В., Проскуріна Т. В., Маковій Д. Д. Удосконалення організаційної структури управління як важливий механізм управління сучасним підприємством. *Економіка та управління підприємствами*. 2018. Вип. 24. С. 91-95.

3. Веснин В. Менеджмент. Москва : Проспект, 2005. 504 с.

4. Вільгуцька Р. Б. Вплив інновацій на організаційні структури управління підприємств. Управління інноваційним процесом в Україні: проблеми комерціалізації науково-технічних розробок : тези доповідей IV Міжнародної науково-практичної відеоконференції (Львів, 23-24 травня 2012 р.). Національний університет “Львівська політехніка” та ін. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2012. С. 101-102.

5. Грушенко В. И., Фомченкова Л. В., Халдеєв В. Т. Разработка организационной структуры управления предприятием в условиях экономического кризиса. Москва, 2005. 210 с.

6. Дорошенко М. П., Вороніна В. Л. Організаційна структура управління: сутність та класифікація. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Економіка і управління. 2019. Т. 30(69), № 5(1). С. 52-56.

7. Карюк В. І. Управління інноваціями в контексті соціально-економічного розвитку підприємства. Інвестиції: практика та досвід. 2016. № 20.

C. 39-42. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2016_20_10.

8. Козлова К. Терминологический анализ понятия “организационная структура управления”. Вопросы управления. 2011. № 4 (17). URL: <http://vestnik.uapa.ru/ru-ru/issue/2011/04/26>.

9. Котлова Ю. В., Фищенко О. Н. Організаційні складові управління інноваційними процесами на підприємстві. “Донбасс-2020: перспективы развития глазами молодых ученых” : материалы VI Международной научно-практической конференции (05.10.2012 г., Донецк). ДонНТУ. 2012. URL: <http://masters.donntu.org/2012/iem/kotlova/library/article4.htm>.

10. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. 3-е изд. Москва, 2007. 245 с.

11. Метеленко Н. Г. Формування організаційної структури управління як складової внутрішнього господарського механізму промислового підприємства. Інвестиції: практика та досвід. 2009. № 10. С. 46-49.

12. Петренко С. А. Порівняльний аналіз моделей організаційних структур підприємства. Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. 2010. Вип. 1 (3). Т. 2. С. 246-247.

13. Полегенька М. А. Етимологія терміну “інновації” як економічної категорії. Агросвіт. 2016. № 21. С. 57-61.

14. Про інноваційну діяльність : Закон України від 04.07.2002 р. № 40-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>.

15. Райченко А. Прикладная организация: руководство к действию для продвинутых менеджеров. Санкт-Петербург : Питер, 2003. 304 с.

16. Шорохов В. Особенности эволюции организационных структур управления предприятием. Эффективность государственного управления : сборник научных работ. 2015. Вип. 44. С. 48-57.

REFERENCES

1. Akymova T. (2003), Teoriya orhanyzatsyy, YuNYTY-DANA, Moskva, 367 s.

2. Babych, D. V. Proskurina, T. V. and Makovij, D. D. (2018), Udoskonalennia orhanizatsijnoi struktury upravlinnia iak vazhlyvyj mekhanizm upravlinnia suchasnym pidpriemstvom, Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy, vyp. 24, s. 91-95.

3. Vesyn V. (2005), Menedzhment, Prospekt, Moskva, 504 s.

4. Vil'huts'ka, R. B. (2012), Vplyv innovatsij na orhanizatsijni struktury upravlinnia pidpriemstv, Upravlinnia innovatsijnym protsesom v Ukraini: problemy komertsializatsii naukovo-tekhnichnykh rozrobok : tezy dopovidej IV Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi videokonferentsii (L'viv, 23-24 travnia 2012 r.), Natsional'nyj universytet “L'vivs'ka

politekhniky” ta in., Vydavnytstvo L'vivs'koi politekhniky, L'viv, s. 101-102.

5. Hrushenko, V. Y. Fomchenkova, L. V. and Khaldeev, V. T. (2005), Razrabotka orhanyzatsyonnoj struktury upravleniya predpriyatym v usloviakh ekonomicheskoho kryzysa, Moskva, 210 s.

6. Doroshenko, M. P. and Voronina, V. L. (2019), Orhanizatsijna struktura upravlinnia: sutnist' ta klasyfikatsiia, Vcheni zapysky Tavrijs'koho natsional'noho universytetu imeni V. I. Vernads'koho. Seriia : Ekonomika i upravlinnia., T. 30(69), № 5(1), s. 52-56.

7. Kariuk, V. I. (2016), Upravlinnia innovatsiiamy v konteksti sotsial'no-ekonomichnoho rozvytku pidpriemstva, Investytsii: praktyka ta dosvid, № 20, s. 39-42, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2016_20_10.

8. Kozlova K. (2011), Termynolohycheskyj analiz poniatyia “orhanyzatsyonnaia struktura upravleniya”, Voprosy upravleniya, № 4 (17), available at: <http://vestnik.uapa.ru/ru-ru/issue/2011/04/26>.

9. Kotlova, Yu. V. and Fyschenko, O. N. (2012), Orhanizatsijni skladovi upravlinnia innovatsijnymy protsesamy na pidpriemstvi, “Donbass-2020: perspektyvy razvytyia hlazamy molodykh uchenykh” : materyaly VI Mezhdunarodnoj naukovo-praktycheskoj konferentsyy (05.10.2012 h., Donetsk), DonNTU, available at: <http://masters.donntu.org/2012/iem/kotlova/library/article4.htm>.

10. Meskon M. Kh., Al'bert M., Khedoury F. (2007), Osnovy menedzhmenta, 3nd ed, Moskva, 245 s.

11. Metelenko, N. H. (2009), Formuvannia orhanizatsijnoi struktury upravlinnia iak skladovoi vnutrishn'oho hospodars'koho mekhanizmu promyslovoho pidpriemstva, Investytsii: praktyka ta dosvid, № 10, s. 46-49.

12. Petrenko, S. A. (2010), Porivnial'nyj analiz modelej orhanizatsijnykh struktur pidpriemstva, Biuleten' Mizhnarodnoho Nobelivs'koho ekonomichnoho forumu, Vyp. 1 (3). T. 2, s. 246-247.

13. Polehen'ka, M. A. (2016), Etymolohiia terminu “innovatsii” iak ekonomichnoi katehorii, Ahrosvit, № 21, s. 57-61.

14. Pro innovatsijnu diial'nist' : Zakon Ukrainy vid 04.07.2002 r. № 40-IV, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>.

15. Rajchenko A. (2003), Prykladnaia orhanyzatsiia: rukovodstvo k dejstviyu dlia prodvynutykh menedzherov, Pyter, Sankt-Peterburh, 304 s.

16. Shorokhov V. (2015), Osoblyvosti evoliutsii orhanizatsijnykh struktur upravlinnia pidpriemstvom, Efektyvnist' derzhavnoho upravlinnia : zbirnyk naukovykh prats', vyp. 44, c. 48-57.

Стаття надійшла до редакції 29 листопада 2021 року

УДК 336.763

Олексин І. І.,

irina-oleksin@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-9118-8173,

Researcher ID: F-7306-2019,

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

МІСЦЕ ТА РОЛЬ ОПЦІОННИХ ОПЕРАЦІЙ НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ДЕРИВАТИВІВ

***Анотація.** У статті розглянуто основні характерні особливості опціонних контрактів як розповсюджених та порівняно нових інструментів на світовому та українському ринках фінансових деривативів. Особливу увагу приділено можливостям застосування опціонів та опціонних контрактів практично вітчизняними фінансовими закладами. Дослідження ґрунтуються на зарубіжному досвіді провідних країн світу, в яких розглянуті фінансові інструменти відіграють значну роль у процесі страхування фінансових та валютних ризиків. Доведено, що похідний фінансовий інструмент опціон як економічне явище передбачає консенсус інтересів контрагентів угоди на основі асиметрії їх прав і обов'язків. Певний інтерес викликає класифікація опціонів, розроблена автором на основі літературних джерел та власних досліджень. На основі аналізу характерних ознак опціонних угод розглянуто варіант встановлення цінових меж для опціонів "кол". Зазначено, що відмінною особливістю бар'єрних опціонів є наявність додаткового параметра – тригера, який визначає наявність або відсутність прав на здійснення угоди. Аналіз спеціальної літератури дозволив констатувати, що для ефективного застосування середніх опціонів необхідно мати максимум інформації про минулу та поточну ринкову кон'юнктуру. Наголошено, що опціон є одним із найбільш використовуваних фінансових інструментів для хеджування та виокремлено сукупність його модифікацій. У процесі дослідження операцій із процентними опціонами виявлено ряд закономірностей та зворотних взаємозалежностей між ставками прибутковості та цінами на боргові цінні папери. Подальші дослідження мають спрямовуватися на розробку стратегічних напрямів розвитку ринку фінансових деривативів, зокрема розширення інструментарію строкового ринку та посилення нормативно-правового регулювання.*

Ключові слова: актив, біржа, деривативи, контракт, опціон, кол, пул, ринок, спот, страйк, тригер, угода, фінансові інструменти, хеджування.

Oleksyn I. I.,

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

PLACE AND ROLE OF OPTIONAL OPERATIONS IN THE FINANCIAL DERIVATIVES MARKET

Abstract. *The main features of option contracts as widespread and relatively new instruments in the global and Ukrainian financial derivatives markets are considered in the article. Particular attention is paid to the possibilities of using options and option contracts in almost domestic financial institutions. The research is based on the foreign experience of the world's leading countries, where the considered financial instruments play a significant role in the process of insuring financial and currency risks. It is proved that the derivative financial instrument option, as an economic phenomenon involves the consensus of interests of the parties to the agreement based on the asymmetry of their rights and obligations. Of particular interest is the classification of options developed by the author on the basis of literature sources and his own research. Based on the analysis of the characteristic features of option agreements, the option of setting price limits for call options was considered. It is noted that a distinctive feature of barrier options is the presence of an additional parameter – the trigger, which determines the presence or absence of rights to exercise the agreement. An analysis of the special literature revealed that in order to effectively use medium options, it is necessary to have maximum information about past and current market conditions. It is emphasized that the option is one of the most utilized financial instruments for hedging and a set of its modifications is singled out. In the process of researching operations with interest rate options revealed a number of patterns and inverse relationships between rates of*

return and prices for debt securities. Further research should be focused on developing strategic directions for the development of the financial derivatives market, in particular, expanding the tools of the futures market and strengthening regulatory framework.

Keywords: asset, exchange, derivatives, contract, option, call, pool, market, spot, strike, trigger, deal, financial instruments, hedge.

JEL Classification: G20; G24; L81; O16

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2021-65-14>

Постановка проблеми. Одним із важливих і багатофункціональних інститутів ринку слід визнати біржу, яка забезпечує функціонування ринку шляхом створення умов і опосередкування обміну в товарно-грошовій формі, тобто являє собою сферу організованої торгівлі. Це дає підставу для твердження, що біржові інститути відіграють системотворчу роль у становленні та розвитку національних та світових ринків. Саме біржова торгівля – найбільш близький до ідеалу приклад ринкової системи, де у повній мірі проявляються закони конкуренції, попиту та пропозиції, здійснюється справедливе ціноутворення. Хоча від часу свого виникнення біржові інститути зазнали значні зміни, їх розвиток має пріоритетний вплив для еволюції ринкової економіки та формування її сучасного виду. Зазначимо, що першочергово основним об'єктом біржової торгівлі був реальний товар. Однак поступово біржа перетворювалася з торгового на фінансовий інститут, головною метою якого стало створення фінансово-інформаційної інфраструктури та зниження рівня витрат. Це сприяло популяризації серед професійних гравців та приватних інвесторів опціонних операцій. Крім традиційних стратегій, опціони широко використовуються біржовими трейдерами та хеджерами для страхування своїх позицій, а також для реалізації арбітражу, тобто гри на цінових дисбалансах.

Визначення місця опціонних операцій у системі біржової торгівлі становить особливий інтерес як із юридичної, так і з економічної точок зору. Так, постановка цієї проблеми безпосередньо пов'язана з визначенням правової природи опціонного контракту та структури біржового ринку фінансових деривативів. Дана проблематика має прикладне значення і полягає насамперед у доцільності застосування положень законодавства, що регулює біржову торгівлю, зокрема застосування опціонів та опціонних контрактів вітчизняними фінансовими закладами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основи теорії функціонування ринку деривативів сформулювали такі класики економічної науки, як Дж. М. Кейнс, Дж. Хікс, І. Фішер та ін. Подальшого розвитку операції з похідними фінансовими інструментами набули в наукових працях відомих західних економістів Ф. Блека, Р. Колба, Дж. Маршалла, Р. Мертона, М. Мілера, Ф. Модільяні, М. Скоулза, Дж. Фіннерті, С. Х'юза, В. Шарпа, Ф. Шварца та ін. Проблематикою розвитку вітчизняного ринку деривативів почали займатися

порівняно недавно, ґрунтовні дослідження провели у працях Т. Андросовича, М. Гапонюк, О. Парандій [11], М. Діба, А. Бегун, О. Білошицький, Є. Поліщук [12], В. Зельдіс [6], І. Бурденко, Н. Дегтярьова, Ю. Коваленко [9], О. Колодізева, О. Коцюба [7], І. Кицюк, Г. Коваль, В. Міщенко, Л. Примостка, М. Солодкий [1], О. Сохацька [4], О. Сидоренко [13], О. Шевченко [8], В. Шелудько, В. Вірченко [5] та ін. Вони зосереджують свою увагу на таких аспектах, як еволюція формування ринку, перспективи розвитку українського ринку деривативів, тенденції світового ринку, законодавчі аспекти тощо. Втім, низка питань залишається невирішеною та потребує подальшого розгляду з урахуванням нових тенденцій і умов, що склалися із запровадженням строкових інструментів у практику функціонування вітчизняних бірж.

Постановка завдання. Основною метою статті є обґрунтування місця та дослідження ролі опціонних операцій на ринку фінансових деривативів, а також виявлення особливостей їх правового регулювання.

Вклад основного матеріалу дослідження. Опціонний контракт надає право, проте не зобов'язує купити (кол-опціон) або продати (пут-опціон) базовий інструмент за визначеною ціною – ціною виконання (страйк) – та обумовленою датою. Опціони застосовуються учасниками ринку з метою: 1) хеджування та захисту від несприятливих цінових змін на базовий інструмент; 2) спекуляції на зростанні (зниженні) ринкової ціни базового активу; 3) здійснення арбітражних операцій на строковому ринку та з різними інструментами.

Похідний фінансовий інструмент "опціон" як економічне явище – це взаємоузгоджені відносини учасників, які скеровані на здійснення окремих функцій похідних фінансових інструментів, що ґрунтуються на асиметрії прав і обов'язків двох контрагентів угоди.

У науковій літературі окремі вчені трактують опціон як "... цінний папір (контракт), що містить право (але не обов'язок): купити, продати зафіксований обсяг любых товарів, валюти, цінних паперів, у тому числі похідних (або відмовитися від угоди), протягом передбаченого строку за встановленою ціною; отримати визначений дохід від фінансового вкладення або грошової позики у вигляді різниці, фіксованого розміру, відсотку" [1].

Опціони різняться за базисами, що в їх основі (акції, валюта, відсотки, товари тощо). Частиною ринку, яка самостійно розвивається, складають

опціони на: 1) ф'ючерси; 2) свопи; 3) опціони. Для всіх опціонів незалежно від базису є притаманними єдині структурні ознаки-характеристики, котрі дозволяють виявити побудову даного типу похідних продуктів-інструментів.

У світовій практиці розрізняють два види опціонів:

– опціон на покупку (опціон покупця) – кол (call option – право покупця отримати від продавця опціону базисний актив у зафіксованому на майбутнє часі за твердо встановленою ціною);

– опціон на продаж (опціон продавця) – пут (put option – право покупця опціону продати продавцю опціону базисний актив у зафіксованому на майбутнє часі за твердо встановленою ціною).

У науковій літературі існує велика сукупність різновидів опціонів пут та кол, які досі остаточно не досліджені. На наш погляд, найбільш коректним є групування опціонів у чотири класи, кожний із яких слід поділити на види, різновиди та стилі (табл. 1).

Пут або кол у найбільш простому виконанні потрапляють до класу ванільних опціонів, які мають два стиля (американський та європейський). Опціони даного класу є класичними, тобто ванільні

опціони – це звичайні кол та пут опціони. Важливим моментом в опціонних угодах є визначення чітких цінових меж для опціонів. На рис. 1 запропоновано варіант із опціонами “кол” та встановлення його цінових меж.

Другий клас представлений бар'єрними опціонами (в економічній літературі ці опціони називаються також тригер-опціонами (trigger options), опціонами кат-оф (cut-off options), стопціонами (stopoptions), опціонами нок-апс (knockups) [4, с. 84].

Відмінна особливість даних опціонів полягає в наявності додаткового (окрім страйку, базисного активу та дати завершення) параметра – тригера (trigger), який визначає наявність або відсутність прав на здійснення угоди. Це передбачає досягнення цінового рівня, за якого зумовлені опціонним контрактом права виникають або зникають у повному обсязі (у випадку не досягнення тригера права по опціону не можуть бути виконані або змінені в залежності від класу бар'єрного опціону). Бар'єрні опціони в процесі проходження тригера (або до нього) перетворюються в звичайні європейські опціони.

Таблиця 1

Класифікація видів опціонів			
Клас	Вид	Різновид	Стиль
Бар'єрні (Barrier options)	Пут Кол	Knock – in Knock – out Revers Knock – Revers Knock – out	Американський Європейський
Оптимальні (Optimal options)	Пут Кол	Optimal Strike optimal Rate	Американський Європейський
Середні (Average options)	Пут Кол	Average Strike Average Rate	Американський Європейський

Джерело: складено автором за [2 та 3]

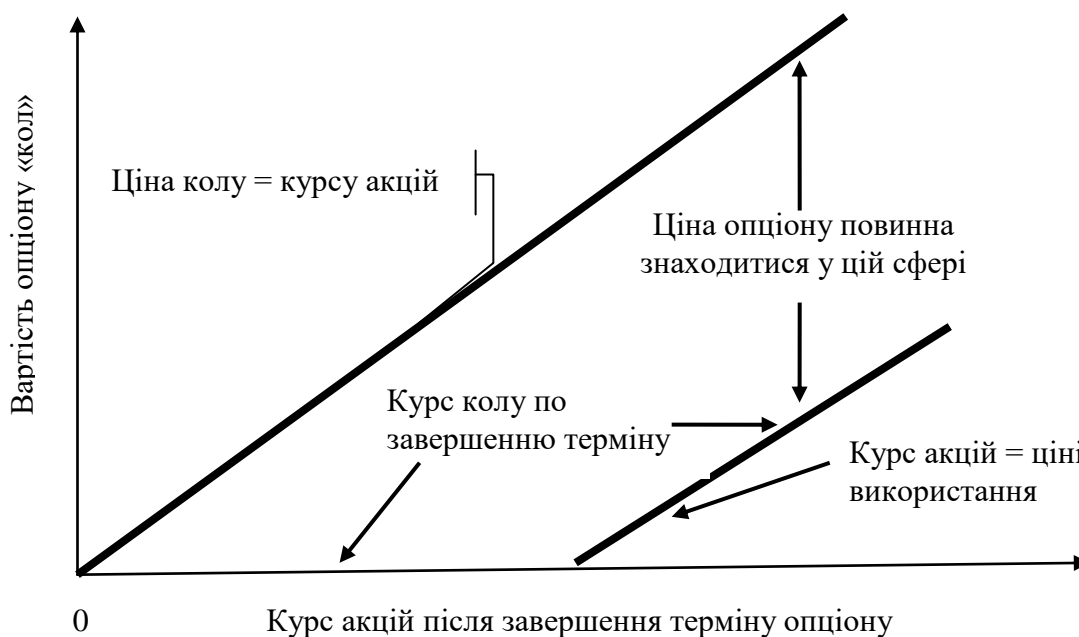


Рис. 1. Цінові межі опціонів “кол”

Джерело: побудовано автором за [5]

Розрізняють наступні класи бар'єрних опціонів: 1) опціони нок-ин (in – options, or knock – in option); 2) опціони нок-аут (out – option, or knock – in option); 3) зворотні нок-ин (reverse knock – in); 4) зворотні нок-ин (reverse knock – out) [6].

Враховуючи характеристики бар'єрних опціонів, їх застосування досить привабливе для українських фінансових закладів. Проте на вітчизняному ринку фінансових деривативів їх використання – обмежене. На практиці розрізняють ряд термінів, пов'язаних із бар'єрними опціонами. Так, коли тригер зупиняється в зоні “поза грошима” на ринку спот, мова йде про стандартний бар'єрний опціон. У зворотному бар'єрному опціоні тригер розташовують в зоні “у грошах” на ринку спот. Якщо у стандартному бар'єрному опціоні тригер знаходиться поміж страйком та поточним курсом спот, то це “оснащений” бар'єрний опціон – синонім терміна, який застосовується при використанні важеля.

Існує ще один клас опціонів, що розроблений як похідний від оптимальних опціонів і має назву – середній опціон. Виокремлюють дві різновидності середніх опціонів: 1) середній страйк; 2) середній курс [7, с. 243]. У середньому опціоні страйком виступає середнє значення ринкової ціни активу за певний проміжок часу, який залежить від строку його дії. При укладанні угоди фіксують не тільки об'єкт опціону та строк його дії, але й період усереднення та метод розрахунку середньої величини (проста середня, зважена тощо). Для результативного застосування середніх опціонів необхідно мати максимум інформації про поточний стан ринку, а також про його історичний розвиток. Середній курсовий опціон ідентичний оптимальному курсовому опціону та середнє значення ринкових цін, розраховане обумовленим способом, стає ціною, яка визначає розмір премії.

Оскільки в процесі змін поточного курсу базового активу відкриваються нові опціони, то одночасно для ідентичних активів можуть існувати декілька різних опціонів. Всі опціони одного виду (пут та кол) прийнято називати опціонним класом [8, с. 14]. Опціони одного класу з єдиним страйком та датою закінчення контракту утворюють опціонну серію.

Слід відзначити, що існуючі класи різновидностей опціонів не обмежуються вищепереліченими видами опціонів. На позабіржовому ринку спостерігаються нестандартні контракти, поява яких стала можливою завдяки прагненню фінансових закладів прилаштуватися до вимог клієнтів. Кількість різновидностей опціонів, які застосовують на світовому ринку визначити досить складно, адже вони постійно збільшуються. Враховуючи, що опціон є одним із найбільш використовуваних фінансових інструментів для хеджування різного роду позицій та ризиків, цілковито природною є наявність сукупності інших модифікацій:

– Бостонський опціон – це американський опціон, за якого виплата премії відбувається пізніше та закладається в значення страйку у випадку виконання опціону, а при невиконанні –

премія виплачується після закінчення. Даний опціон відомий також як капіталізований опціон або форвардний зворотний опціон [9, с. 91];

– подвійний опціон – це комбінація “кол” та “пут”, яка дає право покупцю купити або продати базисний актив за визначеною ціною в майбутньому;

– опціон “BERO” (bearer exchange rate option) – це дрібно номінований валютний опціон: долар або фунт; долар або марка, який виписується “Barclays Bank” [9, с. 135];

– опціон “кванто” (quanto-option) – валютний опціон, яким торгує “Goldman Sachs”, дозволяє змінити суму іноземної валюти в цілях відповідати вимогам [10].

У залежності від ступеня покриття позиції опціони поділяються на покриті та не покриті. Чиста купівля або продаж останніх означає, що у випадку несприятливого розвитку кон'юнктури вкладник зазнає втрат. Проте певною мірою ризик втрат виключається за рахунок додаткової купівлі або продажу активів, які знаходяться в основі опціону, тобто його покриттям (позиція вважається хеджованою). Отже, райтер опціону кол з поставкою, який має певну кількість базисного активу або має наміри придбати його в момент постачання (у випадку виконання контракту), вважається тим, хто виписав покритий кол.

На нашу думку, умови постачання таких опціонів є досить специфічними. Опціон із фізичним постачанням товару надає його власнику право отримати по поставці (кол) або поставити (пут) базовий актив у процесі виконання опціону за обумовленою в контракті базовою ціною (страйк), а продавцю – обов'язок здійснити дану угоду з власником опціону незалежно від поточної ринкової ціни базисного активу. Також розрізняють опціони: 1) розрахунковий; 2) із фізичним постачанням [11, с. 127].

Процентні опціони, опціони за процентними ставками – це один із способів захисту від несприятливої динаміки коливань процентної ставки. Цей контракт торкається тільки руху ставок та не стосується власних кредитів або позик, використовуваних як позичальниками, так і інвесторами.

Розрахунковий опціон надає право його власнику отримувати готівковий платіж. Розрахункова сума – це різниця, на яку розрахункова ціна базисного активу, за розрахунковим опціоном кол, перевищує ціну виконання або на яку страйк розрахункового опціону пут перевищує розрахункову ціну (тобто дорівнює різниці між визначеною ціною базового активу під час виконання опціону та страйком опціону), помножена на кількість контрактів у відповідній валюті, в якій сплачується розрахункова сума (розрахункова валюта). Спосіб визначення розрахункової ціни на конкретні види опціонів фіксується в правилах кожного опціонного ринку та може варіювати від ринку до ринку та зазнавати змін під впливом різних чинників.

У процесі дослідження операцій із процентними опціонами виявлено ряд закономірностей та зворотних взаємозалежностей між ставками

прибутковості та цінами на боргові цінні папери. Базисними активами для процентних опціонів є державні боргові цінні папери. Залежність величини премій за опціонами, які базуються на цінах, а також від змін цін та ставок представлено в табл. 2.

Всі опціони, які базуються на прибутковості, – це, як правило, розрахункові європейські опціони. Базисним активом для них є річна прибутковість стосовно погашення вищеперелічених паперів, розрахована за цінами відповідно до методики торговельного майданчика, на якому обертаються опціонні контракти, а у випадку казначейських векселів – річний дисконт за ними. Базисна прибутковість встановлюється у відсотковому вираженні прибутковості, помноженому на десять.

Специфічна риса процентних опціонів – залежність премії опціону від очікуваних ставок у майбутньому на строк закінчення контракту. Ставки прибутковості, що очікуються на ринку для більшості останніх траншей на дату закінчення, називають форвардними ставками [12, с. 387]. Якщо ринок прогнозує форвардні ставки на рівні нижче від поточних, то опціони кол будуть падати, а опціони пут – зростати в ціні. Феномен форвардних ставок може проявлятися лише на короткому відрізку кривої прибутковості. Різниця між поточною та форвардною ставками може бути значною та залежати від сегмента кривої прибутковості.

При очікуванні низьких форвардних ставок опціони кол можуть пропонуватися нижче від своєї внутрішньої вартості. При цьому премія за контракти з більш далекими позиціями може бути нижчою за премію для контрактів із близькими термінами виконання. Отже, внаслідок перегляду трейдерами своїх очікувань ціни опціонів можуть різко змінюватися навіть за умови незмінності поточних ставок.

Спочатку процентними опціонами займалися, як правило, страхові компанії, але з часом ці операції почали застосовувати фінансові установи. За останні десятиліття на ринку з'явилося безліч різноманітних типів опціонів, що отримали назву кеп, флор і колар, а також їх варіації та конструкції [13].

Своєрідну міру цін для групи цінних паперів прийнято трактувати як індексні опціони [4, с. 98]. Фондові індекси спеціально розроблені для різних фінансових інструментів (акцій, державних цінних паперів, іноземних валют тощо). Проте сьогодні вони є найбільш розповсюдженими та слугують основним базовим активом для опціонів. Фондові

індекси складаються та публікуються різними джерелами, у тому числі торговельними майданчиками. Індекси відображають стан національного фондового ринку та цінних паперів як для окремих торговельних майданчиків, так і для його секторів, які діють у різних галузях національного господарства. Вони можуть ґрунтуватися на цінах всіх або частини запропонованих акцій. Фондовий індекс виражається відношенням до бази, яку затверджують при створенні індексу й яка час від часу змінюється для відображення змін у капіталізації паперів, що входять до неї (додавання або вибуття окремих паперів).

Поправки вносяться для того, щоб зміни у значенні індексу були викликані лише змінами цін акцій протягом торговельного дня. Виключення акцій зі складу індексу може бути викликано злиттям або ліквідацією відповідних підприємств або їх невідповідністю умовам включення до індексу. Зміни в основі індексу додавання та виключення цінних паперів знаходяться в компетенції видавця індексу та зазвичай не викликають жодних змін в умовах опціонів, що обертаються на індекс. Оскільки цей процес може істотно вплинути на рівень індексу, то ці зміни має право здійснити видавець (розробник методу обчислення індексу). Слід враховувати, що індекс миттєво реагує на рух цін.

Валютні опціони – гнучкий інструмент покриття валютних ризиків – використовуються з метою захисту від втрат, пов'язаних із коливаннями валютних курсів. Вони є контрактами на купівлю або продаж однієї валюти за ціною, вираженою в іншій валюті, відомі в економічній літературі як обмінний валютний курс [9, с. 412]. Іншими словами, валютний курс – страйк валютного опціону. Валюта, в якій виражені премія і страйк, називається базовою валютою, а валюта, яка купується або продається, – базисною валютою. Опціони на купівлю або продаж однієї іноземної валюти за ціною, вираженою в іншій іноземній валюті, називаються опціонами на крос-курс, оскільки їхній страйк – це крос-курс [9, с. 405].

До опціону на крос-курс застосовують всі загальні положення стосовно валютних опціонів, за виключенням тих, що стосуються доларових валютних опціонів. Кількість інвалюти, що покриває даний опціон (тобто торговельна одиниця), визначається безпосередньо опціонним ринком.

Таблиця 2

Залежність величини премій за опціонами, що базуються на цінах

Показник	Ціни	Кол	Пут
Залежність величини премій за опціонами, що базуються на цінах:			
Процентні ставки (Yields) U	Tr	Tr	U
Процентні ставки (Yields) ff	U	U	Tr
Залежність за опціонами, що базуються на прибутковості:			
Процентні ставки (Yields) U	Tr	U	Tr
Процентні ставки (Yields) ff	A	П	U

Джерело: складено автором за [2]

Для ефективного управління ризиками за валютними опціонами необхідно знати особливості валютного ринку, оскільки валютний курс може бути вільно плаваючим або знаходитися під впливом дії офіційних та неофіційних контрольних та регулятивних механізмів, які запроваджує уряд. Незважаючи на оголошене “вільне плавання”, офіційна влада не завжди дозволяє національній валюті обертатися незалежно від впливу ринкових сил, тому використовуються різні способи впливу на курс національної валюти. Це спричиняє ризик у процесі торгівлі валютними опціонами, оскільки ці заходи можуть викликати різку зміну курсу або сприяти встановленню курсу валюти, відмінного від ринкового.

Розрахунки в процесі виконання валютних опціонів істотно відрізняються від ідентичних процедур із іншими видами опціонів. Так, на Чиказькій біржі опціонів вони здійснюються через Опціонну клірингову корпорацію, яка затвердила спеціальні розпорядження, які дозволяють їй приймати та постачати кожну базисну іноземну валюту в країні походження для задоволення вимог щодо виконання опціонів. Клірингові співробітники зазвичай поставляють або отримують іноземну валюту на четвертий робочий день після виконання, який повинен одночасно бути банківським днем для банку – кореспондента Опціонної клірингової корпорації в країні походження [14].

Останнім часом набули досить широкого поширення розрахункові валютні опціони. Вони виражені у доларах США та є європейськими [14]. Кожен розрахунковий валютний опціон завершується не пізніше від двох тижнів після початку торгів по опціону. Розрахункові опціони з довшим терміном планується провести у майбутньому. Розмір контракту розрахункового валютного опціону визначається кількістю базисної валюти, що покривається опціоном.

Виникнення екзотичних опціонів відбувається внаслідок специфічних вимог та інтересів інвестиційних банків. Їх активними учасниками виступають хедж-фонди та вони відіграють вирішальну роль на світовому ринку капіталів. Результатом виразу цих потреб стала поява у 1993 році бінарного опціону з подвійним бар'єром. За ним виплачується фіксована сума, якщо вартість активу залишається у межах окресленого опціоном коридору, або не виплачується, якщо ціни хоч раз виходять поза його межі [10].

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Проведені дослідження дозволяють констатувати, що структура опціону має наступні характеристики: 1) базис, який складає основу опціону; 2) розподіл та співвідношення прав, обов'язків та ризику для контрагентів в опціоні; 3) зміст формальних та юридичних контрактів учасників; 4) правила строків виконання до завершення опціону; 5) режим нарахування та виплати премії; 6) участь у торговому обороті на біржі та поза біржею; 7) особливі підходи до визначення вартості (цін)

опціону, а також прийняття рішень щодо термінів виконання.

У цілому можна констатувати, що в Україні поки що активно застосовуються тільки спотові, форвардні, ф'ючерсні та своп угоди. Вітчизняний строковий валютний ринок знаходиться ще на стадії формування, хоча отримав у своє розпорядження сучасні інноваційні фінансові інструменти та фінансові технології. Звісно, для українського ринку ще недостатньо передумов для застосування складних видів фінансових деривативів – нових синтетичних інструментів, таких як “стредли”, “стренги”, спреди “биків” та “ведмедів”, а також спреди “метелик”. Всі ці похідні інструменти рекомендуємо застосовувати для зміни характеристик ризику та прибутковості існуючої позиції за допомогою методу портфельного страхування.

У подальших наукових дослідженнях необхідно сконцентрувати увагу на розробку стратегічних напрямів розвитку ринку фінансових деривативів, зокрема розширення інструментарію строкового ринку та посилення нормативно-правового регулювання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Солодкий М. О. Біржовий ринок : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К. : Аграрна освіта, 2010. 565 с.
2. Офіційний сайт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку. URL: <https://www.nssmc.gov.ua/>.
3. Офіційний сайт Агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України. URL: <https://smida.gov.ua/about>.
4. Сохацька О. М. Біржова справа : підручник. Тернопіль : Наукова думка, 2014. 656 с.
5. Шелудько В., Вірченко В. Сучасні тенденції розвитку світового ринку деривативів. Бюлетень Київського університету імені Тараса Шевченка. Економіка. 2014. № 10(163). С. 81-87. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suchasni-tendentsiyi-rozvitku-svitovogo-rinku-derivativiv/viewer>.
6. Зельдіс В. В. Біржовий ринок фондових деривативів в Україні та світі. Науковий огляд. 2015. Т. 4. № 14. URL: <https://www.naukajournal.org/index.php/naukajournal/article/view/458>.
7. Колодізев О. М., Коцюба О. В. Аналіз перспектив розвитку ринку деривативів в Україні з урахуванням вирішення проблеми його нормативно-правового регулювання. Проблеми економіки. 2016. № 1. С. 242-248.
8. Шевченко О. М., Шевченко О. О. Сучасні тенденції функціонування ринку деривативів в Україні. Інфраструктура ринку : електр. фах. наук.-практ. журн. 2018. № 18. С. 9-15.
9. Коваленко Ю. М. Інституціалізація фінансового сектору економіки : монографія / НУДПСУ. Ірпінь, 2013. 608 с.
10. The WFE's Derivatives Report 2019: веб-сайт. URL: <https://www.world-exchanges.org/our-work/articles/wfe-2019-derivatives-report>.

11. Гапонюк М. А., Парандій О. В. Управління ризиками біржового ринку похідних фінансових інструментів : монографія. К. : КНЕУ, 2015. 238 с.

12. Управління безпекою фінансових установ : колективна монографія / М. І. Дибя, А. В. Бегун, О. В. Білошицький, Є. А. Поліщук. К. : КНЕУ, 2015. 486 с.

13. Сидоренко О. В. Необхідність державного управління у біржовій сфері: базові аспекти. Науковий вісник НУБіП України. Серія: Економіка, аграрний менеджмент, бізнес. 2012. Вип. 177 (4). С. 111-115.

14. Чиказька біржа опціон – Chicago Board Options Exchange. URL: <https://finsovetnik.com/chicago-board-options-exchange/>.

REFERENCES

1. Solodkyj, M. O. (2010), *Birzhovyj rynek : navch. posib. dla stud. vysch. navch. zakl., Ahrarna osvita, K.*, 565 s.

2. Ofitsijnyj sajt Natsional'noi komisii z tsinnykh paperiv ta fondovoho rynku, available at: <https://www.nssmc.gov.ua/>.

3. Ofitsijnyj sajt Ahentstva z rozvytku infrastruktury fondovoho rynku Ukrainy, available at: <https://smida.gov.ua/about>.

4. Sokhats'ka, O. M. (2014), *Birzhova sprava : pidruchnyk, Naukova dumka, Ternopil'*, 656 s.

5. Shelud'ko V. and Virchenko V. (2014), *Suchasni tendentsii rozvytku svitovoho rynku deryvativiv, Biuletен' Kyivs'koho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Ekonomika.*, № 10(163), s. 81-87, available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/suchasni-tendentsiyi-rozvitku-svitovogo-rinku-derivativiv/viewer>.

6. Zel'dis, V. V. (2015), *Birzhovyj rynek fondovykh deryvatyviv v Ukraini ta sviti, Naukovyj ohliad,*

T. 4. № 14., available at: <https://www.naukajournal.org/index.php/naukajournal/article/view/458>.

7. Kolodiziev, O. M. and Kotsiuba, O. V. (2016), *Analiz perspektyv rozvytku rynku deryvatyviv v Ukraini z urakhuvanniam vyrishennia problemy joho normatyvno-pravovoho rehuliuвання, Problemy ekonomiky*, № 1, s. 242-248.

8. Shevchenko, O. M. and Shevchenko, O. O. (2018), *Suchasni tendentsii funktsionuvannia rynku deryvatyviv v Ukraini, Infrastruktura rynku : elektr. fakh. nauk.-prakt. zhurn.*, № 18, s. 9-15.

9. Kovalenko, Yu. M. (2013), *Instytutspializatsiia finansovoho sektoru ekonomiky : monohrafiia / NUD-PSU, Irpin'*, 608 s.

10. The WFE's Derivatives Report 2019: veb-sajt, available at: <https://www.world-exchanges.org/our-work/articles/wfe-2019-derivatives-report>.

11. Haponiuk, M. A. and Parandij, O. V. (2015), *Upravlinnia ryzykamy birzhovoho rynku pokhidnykh finansovykh instrumentiv : monohrafiia, KNEU, K.*, 238 s.

12. *Upravlinnia bezpekoiu finansovykh ustanov : kolektyvna monohrafiia / M. I. Dyba, A. V. Biehun, O. V. Biloshyts'kyj, Ye. A. Polischuk (2015), KNEU, K.*, 486 s.

13. Sydorenko, O. V. (2012), *Neobkhidnist' derzhavnoho upravlinnia u birzhovij sferi: bazovi aspekty, Naukovyj visnyk NUBiP Ukrainy. Serii: Ekonomika, ahrarnyj menedzhment, biznes.*, vyp. 177 (4), s. 111-115.

14. Chykaz'ka birzha optcion – Chicago Board Options Exchange, available at: <https://finsovetnik.com/chicago-board-options-exchange/>.

Стаття надійшла до редакції 05 листопада 2021 року

УДК657.4:[334.7:005.942]:336.226

Грудзевич Ю. І.,
grudzevychukr@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-2790-5681,
к.е.н., доц., доцент кафедри обліку і оподаткування, Волинський національний університет імені Лесі
Українки, м. Луцьк

Скорук О. В.,
skoruklena@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-9497-1945,
к.е.н., доц., доцент кафедри обліку і оподаткування, Волинський національний університет імені Лесі
Українки, м. Луцьк

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНСАЛТИНГУ У СФЕРІ РОЗСТРОЧЕННЯ СПЛАТИ ПОДАТКОВИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ

Анотація. Одним із можливих шляхів зменшення податкового тиску на діяльність суб'єктів бізнесу є дослідження можливості відстрочення сплати зобов'язань за окремими видами податків. Поряд із розробкою інструментів оптимізації податкового навантаження, вивчення цієї проблеми є актуальним, потребує детального аналізування та підготовки до реалізації. У контексті дослідження важливо визначити можливість залучення, роль та вагомість впливу фахівця з податкового консалтингу. Тому в статті першочергово подано визначення, загальну класифікацію консалтингу та окремо деталізовано види консалтингу в сфері обліку, аналізу, аудиту й оподаткування, виділено ліміт повноважень та обов'язків фахівця за цим напрямом роботи. Обґрунтовано необхідність аналізування показників діяльності підприємства та доцільність розстрочення сплати податкового зобов'язання. Розстрочення сплати податкових зобов'язань має кредитну етимологію, тому в даному контексті запропоновано розглядати фіскальний орган як потенційного кредитора, а підприємство, керівники якого прийняли рішення щодо необхідності оптимізації податкових зобов'язань, як боржника. Подано структуру оцінювання фінансового стану в розрізі основних складових: загрози виникнення, накопичення або непогашення податкового боргу підприємства; оцінки фінансово-господарської діяльності та платоспроможності підприємства; фінансової стійкості та динаміки основних показників діяльності підприємства; оцінки забезпечення податкового кредиту. Також у статті звернено увагу на такі специфічні показники, як коефіцієнт загрози виникнення податкового боргу та коефіцієнт покриття. Обґрунтовано необхідність розрахунку планового обсягу коштів, які можуть надійти на рахунки підприємства протягом терміну розгляду заявки на розстрочення. Здійснено структурування основних етапів процесу отримання розстрочки сплати податкових зобов'язань.

Ключові слова: консалтинг, податки, податок на прибуток, податкове зобов'язання, розстрочення сплати податкового зобов'язання, відстрочення сплати податкового зобов'язання, оптимізація податкового навантаження, податковий борг.

Grudzevych Yu. I.,
grudzevychukr@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-2790-5681,
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Accounting and Taxation, Lesya
Ukrainka Volyn National University, Lutsk

Skoruk O. V.,
skoruklena@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-9497-1945,
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Accounting and Taxation, Lesya
Ukrainka Volyn National University, Lutsk

ACCOUNTING AND ANALYTICAL PROVISION OF CONSULTING IN THE FIELD OF DEFERRED PAYMENT OF TAX LIABILITIES

Abstract. One of the possible ways to reduce the tax pressure of business entities is the possibility of deferred payments through the involvement of specialists in tax consulting. Along with the development of tools to optimize the tax burden, the study of these problems is relevant, requires detailed analysis and preparation for implementation. During the study, the possibilities of involvement, role and importance of the influence of tax consulting specialists can be determined. Therefore, the article first of all presents the definition, general classification of consulting and details the

types of consulting in the field of accounting, analysis, audit and taxation, highlights the limits of authority and responsibilities of a specialist in this area. The necessity of analyzing the indicators of the enterprise's activity and the expediency of deferring the payment of tax liability is substantiated. Deferred payment of tax liabilities has a credit etymology, so in this context it is proposed to consider the fiscal authority as a potential creditor, and the company whose managers have decided on the need to optimize tax liabilities as a debtor. The structure of assessing the financial condition in terms of the main components is given: the threat of occurrence, accumulation or non-repayment of tax debt of the enterprise; assessment of financial and economic activities and solvency of the enterprise; financial stability and dynamics of the main indicators of the enterprise; assessments of tax credit security. The article also draws attention to special indicators, such as the risk factor for tax debt and the coverage ratio. The necessity of calculation of the planned volume which can be reliable on accounts of the enterprise during term of revision of requests for installments is substantiated. The main stages of the process of obtaining installments for the payment of additional appeals have been structured.

Key words: consulting, data, profit submission, tax appeals, expansion of tax attraction payments, deferral of tax appeal payments, tax burden optimization, tax debt.

JEL Classification: M41

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2021-65-15>

Постановка проблеми. Консалтинг як специфічний вид професійної діяльності займає особливе місце у розвитку сучасного бізнесу. Залучення фахівця-консультанта на певному етапі розвитку підприємства сприяє здійсненню неупередженого оцінювання, пошуку нових підходів та варіантів вирішення не лише ситуативних, а й стратегічних проблем генерування інноваційних ідей та прийняття єдиного правильного рішення. Однією з основних характеристик досвідченого фахівця з консалтингу в сфері обліку, аналізу, аудиту й оподаткування є достатність різнопланового досвіду для не лише надання відповіді на типові, часті запити керівників підприємства, а й допомоги у вирішенні специфічних проблем, таких як розстрочення сплати податкових зобов'язань, що в багатьох дослідженнях розглядається як один із шляхів зниження податкового навантаження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. І. Р. Безпалько на прикладі Німеччини визначає основну роль інституції податкового консультування. В. С. Рейкін систематизує основні тенденції розвитку консалтингу в Україні. О. Г. Кідріна розглядає розстрочення сплати податкових зобов'язань саме як один із напрямів оптимізації податкового навантаження на підприємство. Проте можливість участі консультанта в процесі отримання розстрочки платежу тематикою статті не передбачено.

Постановка завдання. Основне завдання даного дослідження автори вбачають у необхідності структурування процесу розстрочення сплати податкових зобов'язань та участі консультанта в якісній його реалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сьогодні поняття “консалтинг” у науковій сфері визначають як вид інтелектуальної діяльності, основним призначенням якої є аналізування фактичних показників, обґрунтування запропонованих перспектив розвитку тієї чи іншої сфери діяльності суб'єкта бізнесу, та за необхідності контролю її реалізації. Спектр послуг, які можуть надавати

фахівці з консалтингу, широкий, якщо йдеться про всі сфери діяльності підприємства, а саме: консалтинг у сфері загального управління підприємством, маркетинговий консалтинг, юридичний консалтинг, ІТ-консалтинг, виробнича й технологічна сфери діяльності. Досвідчені фахівці-обліковці можуть надавати послуги кадрового, фінансового й податкового консалтингу [3, 5]. У контексті наукового дослідження слід ширше трактувати поняття податкового консалтингу. В цій сфері консультування фахівці можуть як надавати власне дорадчі послуги, так і вести бухгалтерський і податковий облік, складати звітність та нести відповідальність за якість та повноту наданих послуг. Важливою умовою якісного податкового консультування є не лише надання послуги в умовах завершеного податкового періоду, а й робота “на випередження”, тобто уникнення помилок у діяльності, виникнення фіскальних переplat чи недоплат. Класифікацію консалтингових послуг узагальнено на рисунку 1.

Оптимізація податкового навантаження може здійснюватися за кількома напрямками. Одним із них є поділ підприємства, господарська діяльність якого в грошовому вираженні не відповідає ліміту підприємства-“спрощенця” або перебуває на загальній системі оподаткування на дрібніші одиниці. Цікавим є варіант із оптимізації співпраці з контрагентами, в межах якого надають перевагу однорідним правовідносинам. Деяко специфічним варіантом оптимізації розмірів податкового навантаження є мінімізація або відмова від певних операцій, що є об'єктом оподаткування без шкоди для господарської діяльності підприємства. Такий напрям оптимізації [4] потребує комплексного підходу і прийняття управлінських рішень спільно з фахівцями, що розвивають основну діяльність суб'єкта господарювання. Достатньо розповсюдженим напрямом оптимізації податкового навантаження є зміна реєстрації підприємства у регіоні, де існують податкові пільги або можливість використання пільги та преференції, які надані окремим сферам бізнесу.

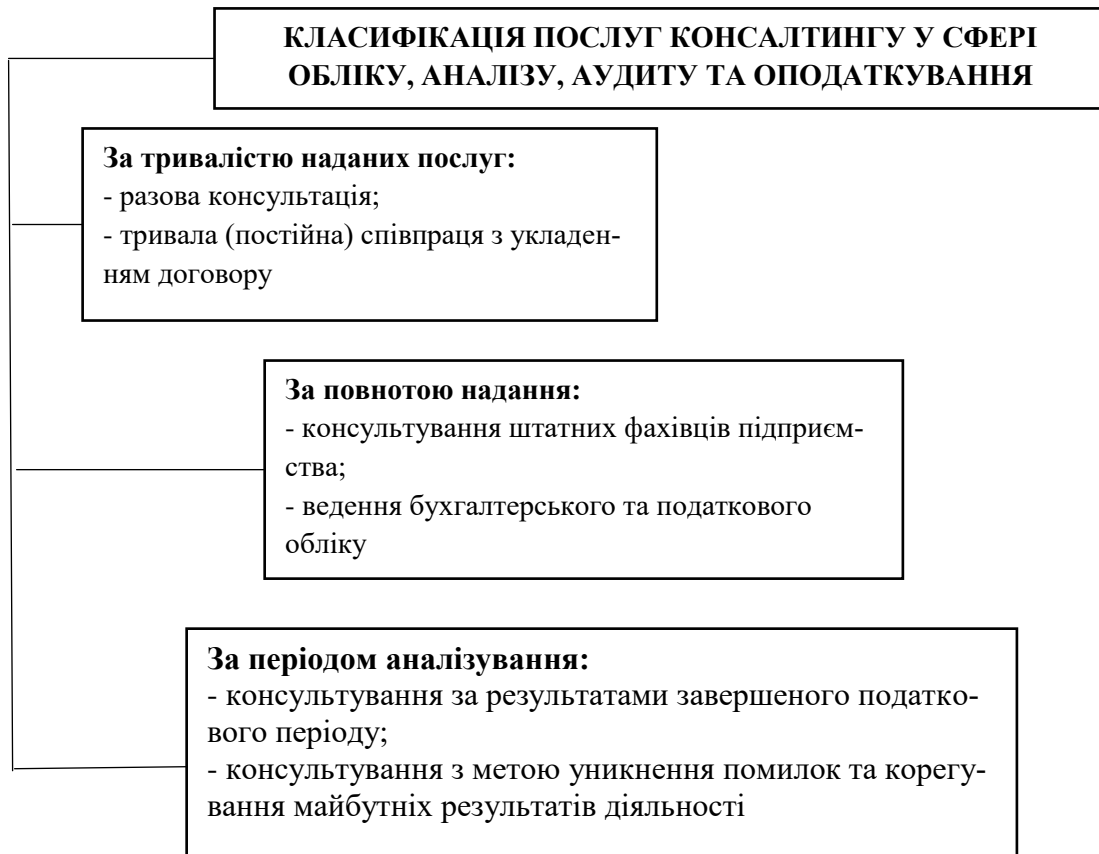


Рис. 1. Класифікація послуг консалтингу в сфері обліку, аналізу, аудиту та оподаткування

Джерело: узагальнено авторами

Об'єктом наукового дослідження у статті є розстрочення платежів до бюджету. Консультування у сфері розстрочення податкових зобов'язань, що фактично виникли за результатами річного декларування, можна класифікувати як разову послугу з метою допомоги фахівцям підприємства. Основним завданням є отримання від органу фіскального нагляду дозволу на сплату повної суми податку рівними частинами, що, своєю чергою, знизить вірогідність виникнення розриву в операційних коштах підприємства.

Нормативні акти за даною тематикою [1, 2] розрізняють два суміжні поняття – розстрочення та відстрочення сплати податків. Розстрочення розглядають як надання платнику податків бюджетного кредиту для наступного погашення основної суми та відсотків рівними частками. Відстрочення передбачає перенесення сплати основної суми боргу з умовою сплати рівними частками лише відсотків. Основним завданням фахівця-консультанта за вказаною проблематикою є забезпечення якісного аналізування фінансового стану для підтвердження платоспроможності підприємства. Підставою для розстрочення грошових зобов'язань підприємств і надання їм достатніх доказів є існування обставин, що свідчать про наявність загрози виникнення або накопичення податкового боргу підприємства.

Розстрочення сплати податкових зобов'язань має кредитну етимологію, тому в цьому контексті варто розглядати фіскальний орган як потенційного кредитора, а підприємство, керівники якого прийняли рішення про необхідність оптимізації податкових зобов'язань, як боржника. У зв'язку з цим аналізування фінансового стану має спільні ознаки з процесом обґрунтування кредитоспроможності потенційного позичальника у випадку, коли кредитором виступає інший суб'єкт.

За результатами аналізу фінансового стану визначаються такі складові оцінювання:

- загроза виникнення, накопичення або непогашення податкового боргу підприємства;
- оцінка фінансово-господарської діяльності та платоспроможності підприємства;
- фінансова стійкість та динаміка основних показників діяльності підприємства;
- оцінка забезпечення податкового кредиту.

Структуру оцінювання фінансового стану наведено в табл. 1.

Структура оцінювання фінансового стану підприємства для отримання розстрочення сплати податкового зобов'язання за основними складовими

Складова оцінювання	Коефіцієнт, що розраховується в межах складової	Показники, аналіз динаміки яких необхідний у межах оцінювання
Загроза виникнення, накопичення або непогашення податкового боргу підприємства	Коефіцієнт загрози виникнення податкового боргу	
Оцінка фінансово-господарської діяльності та платоспроможності підприємства	Коефіцієнт покриття	Динаміка обсягів виробництва та реалізації продукції підприємства
	Коефіцієнт загальної ліквідності	Аналіз фінансових результатів (чистий дохід, собівартість продукції, валовий прибуток, чистий прибуток)
Аналіз фінансової стійкості підприємства	Наявність власного оборотного капіталу	Оцінка капіталу
	Загальна величина капіталу для формування запасів та затрат	Зміни майнового стану підприємства Характеристика основних засобів
Оцінка забезпечення податкового кредиту		Характеристика оборотних засобів
		Характеристика, розшифровка дебіторської заборгованості та зобов'язань
		Основні економічні показники підприємства на період дії розстрочки

Джерело: узагальнено авторами на основі [2]

Відповідно до вказаної таблиці структура оцінювання фінансового стану підприємства здійснюється за основними складовими з розрахунком стандартних та специфічних коефіцієнтів. При обґрунтуванні необхідності розстрочення сплати податкового зобов'язання розраховується коефіцієнт загрози виникнення податкового боргу.

$$K_3 = \frac{A_n - K_n}{Z_{пб}}, \quad (1)$$

де A_n – високоліквідні активи, наявні у платника податків на дату наданої заявником звітності;

$Z_{пб}$ – загальна сума поточних грошових зобов'язань платника податків з усіх податків та інших обов'язкових платежів, термін сплати яких припадає на той же податковий період, що і грошове зобов'язання, яке підприємство-платник планує розстрочити;

K_n – грошові кошти, які надійдуть з дати наданої заявником звітності до настання граничного терміну.

На нашу думку, суть останньої складової вказаної формули розрахунку потребує додаткового роз'яснення. У цьому випадку аналізується період із дати подання документів на розстрочку до настання граничного терміну сплати зобов'язання.

$$K_n = \frac{V_p}{T_p} * T_d, \quad (2)$$

де V_p – дохід від реалізації продукції, товарів, робіт і послуг у звітному періоді;

T_p – кількість днів звітного періоду;

T_d – кількість днів із дати наданої заявником звітності до настання граничного терміну сплати грошових зобов'язань.

Зазначимо, що, здійснюючи оцінювання за окресленим напрямом, обов'язково маємо аналізувати динаміку певних груп показників, що й забезпечить повноту дослідження та доведе достовірність поданої інформації, підтвердженої фінансовою звітністю підприємства. Наприклад, у структурі оцінки фінансово-господарської діяльності та платоспроможності підприємства передбачено аналіз динаміки обсягів виробництва та реалізації продукції підприємства. Вихідну інформацію для розрахунку таких показників можна отримати зі статистичної звітності підприємства та форми № 2. Вказану форму звітності використовують для розрахунку динаміки чистого доходу, собівартості реалізованої продукції, товарів, робіт і послуг, валового та чистого прибутку.

Отже, процес отримання розстрочки сплати податкових зобов'язань можна структурувати у такі етапи:

– попередній етап – формування розміру податкового зобов'язання та виникнення необхідності розстрочення;

– етап аналізування – розрахунок показників оцінювання фінансового стану підприємства для отримання розстрочення сплати податкового зобов'язання;

– завершальний етап – отримання погодження контролюючого органу, визначення основних сум та граничних термінів сплати розстроченого податкового зобов'язання.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Консультаційні послуги у сфері обліково-аналітичного забезпечення

розстрочення податкових зобов'язань є, як зазначалося вище, поточною проблемою в діяльності підприємства. Поряд із вирішенням такого завдання, слід приділити увагу пошуку конкретних інструментів оптимізації розміру податкового зобов'язання, які можна реалізувати в поточному періоді. Тому перспективи подальших досліджень вбачаємо в розробці як універсальних, так і специфічних рекомендацій керівникам, які можна застосувати в поточному році щодо оптимізації податкового навантаження, яке треба сплатити в наступних періодах.

ЛІТЕРАТУРА

1. Податковий кодекс України від 2 груд. 2010 р. № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>.
2. Порядок розстрочення (відстрочення) податкових зобов'язань (податкового боргу) платників податків, затв. Наказом Міністерства доходів і зборів України від 10 жовт. 2013 р. № 574. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1853-13#Text>.
3. Безпалько І. Р. Податкове консультування в Німеччині: досвід для України. Ефективна економіка. 2018. № 4. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2018/47.pdf.
4. Кідріна О. Г., Фролова А. В. Оптимізація податкового навантаження на макро- та мікрорівні. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2018. № 64. С. 135-141.

5. Рейкін В. С., Макара О. В. Консалтинг в Україні: оцінка стану та тенденції розвитку. Інфраструктура ринку. 2020. № 39. С. 97-101.

REFERENCES

1. Podatkovyj kodeks Ukrainy vid 2 hrud. 2010 r. № 2755-VI, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>.
2. Poriadok rozstrochennia (vidstrochennia) podatkovykh zobov'iazan' (podatkovoho borhu) platnykiv podatkov, zatv. Nakazom Ministerstva dokhodiv i zboriv Ukrainy vid 10 zhovt. 2013 r. № 574, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1853-13#Text>.
3. Bezpalko, I. R. (2018), Podatkove konsul'tuvannia v Nimechchyni: dosvid dlia Ukrainy, Efektyvna ekonomika, № 4, available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2018/47.pdf.
4. Kidrina, O. H. and Frolova, A. V. (2018), Optymizatsiia podatkovoho navantazhennia na makro- ta mikrorivni, Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti, № 64, s. 135-141.
5. Rejkin, V. S. and Makara, O. V. (2020), Konsal'tynh v Ukraini: otsinka stanu ta tendentsii rozvytku, Infrastruktura rynku, № 39, s. 97-101.

Стаття надійшла до редакції 23 листопада 2021 року

УДК 334.72:005.35

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

ВЗАЄМОДІЯ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ І МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

Анотація. На сучасному етапі розвитку України до найактуальніших завдань належать питання залучення громадськості до процесу прийняття рішень і, як результат цього, ефективності та прозорості діяльності органів публічної влади. Сучасне законодавство України надає певні можливості для взаємодії органів публічної влади з громадськістю, але технології та методи цієї взаємодії ще потребують свого впровадження та вдосконалення. В статті досліджуються основні теоретико-методологічні засади взаємодії органів державної влади та місцевого самоврядування з громадськістю, сучасний стан в Україні щодо залучення громадськості до процесу прийняття рішень. Зроблено короткий історичний огляд формування та розвитку теорій управління суспільством і країною. У статті запропоновані визначальні напрями та механізми підвищення ефективності взаємодії органів публічної влади України з громадськістю. Демократія визначена як необхідна умова для ефективної взаємодії органів публічної влади з громадськістю. Для підвищення ефективності процесу взаємодії влади з громадськістю в Україні необхідно здійснити такі заходи: створити законодавчу основу для участі громадськості в процесі прийняття рішень органів влади, особливо центрального рівня управління, впроваджувати та використовувати нові сучасні форми взаємодії влади з громадськістю, проводити правову просвіту населення, що є необхідним для ефективної участі громадськості в управлінні державними справами. Зроблено висновок, що залучення громадськості до державного управління та місцевого самоврядування, до процесу прийняття рішень у цілому є запорукою успіху реалізації встановленої мети – побудови міцної демократії в країні.

Ключові слова: теорії управління, державне управління, місцеве самоврядування, громадськість, залучення громадськості, участь громадськості, зв'язки з громадськістю, прозорість влади, громадський контроль, демократія, громадянське суспільство.

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

INTERACTION OF STATE ADMINISTRATION BODIES AND LOCAL GOVERNMENTS WITH PUBLIC

Abstract. At the present stage of Ukraine's development, the most pressing tasks include public involvement in the decision-making process and, as a result, the efficiency and transparency of state authorities. Modern legislation of Ukraine provides certain opportunities for interaction between state authorities and the public, but the technologies and methods of this interaction still need to be implemented and improved. The article investigates the basic theoretical and methodological principles of interaction between state authorities and local governments with the public as well as the current situation in Ukraine in terms of public involvement in the decision-making process. A brief historical overview of the formation and development of theories of governance of society and the country is done. The article proposes defining directions and mechanisms to increase the effectiveness of interaction between state authorities of Ukraine and the public. Democracy is defined as a necessary condition for effective interaction between state authorities and the public. To increase the efficiency of the process of interaction between the government and the public in Ukraine, the following measures should be taken: create a legal basis for public participation in government decision-making, especially central government, introduce and use new modern forms of interaction with the public, conduct legal education

that is necessary for effective public participation in the state affairs management. It is concluded that public involvement in state administration and local self-government, in the decision-making process in general is the key to success in achieving the main goal - building a strong democracy in the country.

Key words: management theories, public administration, local self-government, public, public involvement, public participation, public relations, government transparency, public control, democracy, civil society.

JEL Classification: O20; H70; D79

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2021-65-16>

Постановка проблеми. Взаємодія органів державного управління і місцевого самоврядування з громадськістю є необхідною умовою їх ефективною та прозорою діяльності. Сучасна світова практика функціонування зазначених органів довела, що тільки за постійної взаємодії, співпраці з користувачами послуг вони можуть якісно виконувати свої функції.

Для України на даному етапі її становлення як правової, соціальної та демократичної держави це питання набуває особливого значення. Країні необхідні кардинальні зміни як у законодавстві та системі державного управління, так і у світогляді самих державних службовців і посадових осіб місцевого самоврядування, побудові системи управління на нових, демократичних засадах. Цей процес ще не завершився.

На сучасному етапі розвитку України до найактуальніших завдань належать питання залучення громадськості до процесу прийняття рішень і, як результат цього, ефективності та прозорості діяльності органів публічної влади. В Україні процес прийняття рішень ще не є дійсно прозорим, а діяльність влади не завжди зрозуміла для населення. Закритість влади від громадськості, особливо при прийнятті управлінських рішень, є суттєвим гальмівним фактором на шляху демократичних перетворень. Сучасне законодавство України надає певні можливості для взаємодії органів публічної влади з громадськістю, але технології та методи цієї взаємодії ще потребують свого впровадження та вдосконалення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В Україні наукові підходи щодо методів та форм взаємодії, шляхів її ефективного здійснення розвивають учені та фахівці: А. М. Колодій, В. М. Князев, О. В. Литвиненко, В. І. Мельниченко, Н. Р. Нижник, Г. Г. Почепцов, В. М. Паламарчук, В. Ф. Погорілко, М. О. Пухтинський, В. П. Рубцов, Г. П. Ситник, О. І. Сушинський, В. П. Удовиченко, А. Ф. Ткачук, В. В. Цветков, С. О. Янішевський та ін.

Окремі методологічні проблеми вдосконалення процесів взаємодії влади з громадськістю розглядаються у працях О. Ф. Андрійка, В. Д. Бакуменка, О. В. Берданової, О. В. Бойко-Бойчука, В. М. Вакулєнка, М. Д. Василенко, Б. А. Гаєвського, О. В. Галацан, В. М. Гарашука, Я. Гонціажа, Н. В. Гниднок, В. П. Горбатенка, Г. В. Задорожного, В. М. Кампо, О. В. Ковриги, В. С. Колтун, В. В. Кравченка, В. С. Куйбіди, Ю. П. Лебединського, М. М. Логуно-

вої, В. І. Лугового, В. А. Ребкала, В. А. Скуратівського, В. В. Смоловича, Ю. П. Сурміна, В. В. Токовенко, В. А. Шахова, М. Ф. Шевченка, С. А. Чукут та ін.

Наявні роботи із зазначеної проблематики присвячені, як правило, окремим питанням взаємодії влади з громадськістю і в основному тільки на місцевому рівні. Уваги науковців ще потребують питання щодо взаємодії органів публічної влади з громадськістю в різних її аспектах, а саме: історичного досвіду, методів, форм її застосування та механізмів досягнення, особливо на центральному рівні управління.

Постановка завдання. Мета статті полягає в розробці теоретико-методологічних засад ефективного здійснення процесу взаємодії органів державного управління і місцевого самоврядування України з громадськістю та виявленні шляхів підвищення ефективності зазначеної взаємодії.

Реалізація поставленої мети передбачає вирішення таких завдань:

- здійснити аналіз сучасної наукової літератури та законодавчої бази з питань взаємодії органів публічної влади України з громадськістю;
- дослідити сучасний стан взаємодії органів публічної влади України з громадськістю та визначити основні причини, що привели до піднесення демократичних настроїв українського народу;
- виявити й розкрити нові форми співпраці громадськості й влади;
- запропонувати можливі шляхи та напрями підвищення ефективності взаємодії органів публічної влади України та громадськості;
- обґрунтувати практичні рекомендації щодо підвищення прозорості бюджетного процесу органів державного управління і місцевого самоврядування України й застосування нових сучасних форм і методів взаємодії громадськості й влади.

Виклад основного матеріалу дослідження. Взаємодія органів публічної влади України з громадськістю – найважливіше спільне завдання органів державного управління, місцевого самоврядування та громадськості. Демократія та громадянське суспільство є необхідною умовою ефективною співпраці органів державного управління та місцевого самоврядування з громадськістю.

Взаємодія органів публічної влади з громадськістю є важливим чинником їх ефективною та прозорою діяльності. Спільне вирішення проблемних питань завжди допомагає знаходити взаємовигідні

та оптимальні рішення, сприяє взаєморозумінню та підвищує відповідальність сторін. Широка участь громадськості в процесі прийняття рішень органами влади є показником демократії в будь-якій країні. Питання взаємодії держави з її громадянами розглядалися ще на початку розвитку цивілізації [4]. Такі відомі філософи, як Аристотель, Платон, Сократ, визнавали демократію найкращим державним устроєм.

Короткий історичний огляд формування та розвитку теорій управління суспільством і країною подано в табл. 1 [2]. На увагу заслуговують певні наукові школи, які незалежно одна від одної сформувались у різних країнах, зокрема такі: класична школа, школа людських стосунків, школа “суспільного вибору”, школа “соціології організацій” та когнітивний підхід до державного управління.

Таблиця 1

Наукові теорії та школи публічного управління ХХ ст.

Назва	Представники	Характеристика
Класична школа	А. Файоль, Л. Уайт, Л. Урвік, Дж. Муні, Т. Вулзи	Напрямок в теорії адміністративно-державного управління, представники якого концентрували увагу на вивченні організаційних структур, їх ієрархії, взаємодії інформаційних потоків, статусу службовців різних рівнів, нормативного врегулювання всіх аспектів діяльності органу управління
Школа людських стосунків	М. Фоллет, А. Маслоу, Е. Мейо, У. Мерфі	Напрямок в теорії адміністративно-державного управління. Представники здійснювали аналіз психологічних чинників, що викликають задоволеність працівників своєю працею, оскільки в низці експериментів вдалося досягти підвищення продуктивності праці за рахунок поліпшення психологічного клімату та посилення мотивації. В європейських країнах державне управління ґрунтується на традиціях статутного права, яке вводить його в площину юридичної науки і практики. Державне управління в європейському підході – це підгалузь права. Особливістю є орієнтація на законодавство та погляди французьких і німецьких науковців та практиків. У Франції одним із перших вжив термін “державне управління” Александр Франсуа Вів’єн, він протиставив науку державного управління адміністративному праву, виділив її з останнього, що стало новим підходом на той час. За німецького підходу завдання і функції державного управління також впливають із правових норм. Отже, державне управління – явище універсальне і притаманне всім країнам, однак його розуміння в різних країнах є неоднаковим і різниться між собою.
Школа “суспільного вибору” (Public Choice) (англійська)	Г. Таллок, Е. Даунс, В. Нісканен та ін.	Створена під сильним впливом мікроекономічних підходів. Так, поняття “суспільного вибору” пояснюється тим, що кожен індивід прагне з мінімальними витратами придбати максимально якісний товар, тому те, яку політику, програму, партію обирає більшість незалежних один від одного індивідів, і є результатом “суспільного вибору”. Характерне прагнення обмежити вплив бюрократії на політику шляхом підвищення конкурентного тиску на сферу громадського управління і тим самим досягти посилення позицій громадян (і політики).
Школа “соціології організацій” (sociologie des organisations) (французька)	М. Крозьє, Ж.-К. Теніг, Е. Фрідбер та ін.	Базується на уявленні про державне управління як про взаємодію конкуруючих груп, кожна з яких прагне отримати, зазвичай за рахунок інших, додаткові ресурси (владу, бюджетні кошти, незалежність від вищих органів і т. ін.). З цією метою кожна група (місцеві еліти, вищі державні чиновники, службовці низових ланок, працівники галузевих міністерств і т.д.) реалізує певні стратегії. Стратегії можуть повторюватися, взаємодіяти і, таким чином, формувати особливі “системи дії”, тобто сутність державного управління. Аналіз цих систем дозволяє не тільки зрозуміти, як реально функціонує державне управління, але і модернізувати його з урахуванням колективних мотивацій і структурних характеристик певних груп і організацій.
“Когнітивний підхід” (французька)	Б. Жобер, П. Мюллер	Основний зміст державного управління визначається системами уявлень різних учасників процесу. Яка політика буде проводитися державою, як вона буде здійснюватися, – все це залежить від того, як ініціатори та виконавці уявляють собі пов’язані з нею проблеми. Отже, головним завданням є вивчення структури уявлень, їх формування та зміни. Представники напряму вводять такі поняття як “управлінські парадигми”, “системи переконань”, “референціали”, покликані структурувати вивчення уявлень, сприяти складанню “ментальних карт” державного управління.

Також окремо розглядають особливий підхід у публічному управлінні до інститутів та їх ролі в державному управлінні, що носить назву – *“інституціоналізм”* та *“неоінституціоналізм”* [12]. У межах цього підходу трактують сутність інституту по-різному, проте умовно розглядають його з трьох сторін, виокремлюючи такі види: *соціальні інститути* (соціальний аспект); *органи управління та їх повноваження* (організаційний аспект) та *правові інститути* (юридичний аспект). Кількість різних підходів, концепцій та дослідницьких схем, пов'язаних із публічним управлінням, достатньо велика, проте подані теорії та школи можна віднести до найбільш відомих і впливових.

Дослідженню проблем взаємодії влади з суспільством присвячена значна кількість робіт сучасних українських та зарубіжних науковців і фахівців. Вони мають різні бачення щодо шляхів та методів взаємодії влади з громадськістю, але всі визнають її необхідність як для влади, так і для суспільства. Саме це (плідна співпраця та взаємодія) сприяє ефективності діяльності влади щодо надання послуг населенню, запобігає зловживанням та корупції.

Слід зазначити, що в основному в наукових працях щодо питань взаємодії влади з громадськістю цей процес вивчається в окремих його аспектах. Питання взаємодії органів центральної влади з громадськістю ще потребують більш детальної уваги науковців.

Аналіз сучасної української наукової літератури з питань взаємодії органів публічної влади з громадськістю дає змогу зробити висновок щодо необхідності більш чіткого формулювання та визначення різниці між такими поняттями, як *“відкритість влади”* та *“прозорість влади”*, *“зв'язки з громадськістю”* та *“взаємодія органів влади з громадськістю”*, а також *“участь громадськості”* та *“залучення громадськості”*.

Досить часто такі поняття, як *“відкритість”* та *“прозорість”*, отожднюють, але це не зовсім правильно. Вони тісно пов'язані між собою, але не тотожні. Відкритість ще не є прозорістю, але тільки приводить до неї. Так, у *“Новому тлумачному словнику української мови”* поняття *“відкритість”* визначається як доступність, досяжність для зору, а *“прозорість”* – як просвічуваність наскрізь. Що стосується державного управління, то прозорість діяльності органів влади є результатом процесу відкритості. Відкритість органів влади приводить до повної прозорості їх діяльності [6].

Таким чином, *“відкритість органів влади”* можливо визначити як процес щодо збільшення доступності, досяжності влади для громадян, результатом якого є повна прозорість її діяльності. У такому випадку *“прозорість органів влади”* визначається як стан, який характеризується повною просвічуваністю всіх напрямів та результатів їх діяльності. Розрізнення цих понять є важливим для подальшого вдосконалення процесів взаємодії громадськості та влади.

Таке поняття, як *“зв'язки з громадськістю”*, так званий *“піар”* (від англ. PR – Public Relations –

Авт.) можливо визначити передусім як інформування громадськості про діяльність органу влади чи організації або установи, тобто рекламування своєї діяльності. Це передбачає надання саме тієї інформації, яку орган влади чи установа, організація хочуть донести до громадськості про себе та свою діяльність для більш сприятливих умов співпраці та взаємодії, але це ще не є взаємодія як результат. Взаємодія – це постійна співпраця у вирішенні як значних, так і повсякденних питань, за якої обидві сторони діють відкрито та прозоро. Взаємодія органів публічної влади з громадськістю повинна також здійснюватися на засадах відкритості та прозорості. У результаті взаємодії відбувається і взаємовплив. Завдяки цьому процесу між владою та громадськістю можливим стає здійснення контролю громадськості за діяльністю влади. Тобто при взаємодії, на відміну від *“зв'язків з громадськістю”*, влада повинна шукати консенсус у відносинах та застосовувати для цього різноманітні механізми та форми. У цьому процесі мають бути зацікавлені обидві сторони, але для здійснення ефективної, плідної взаємодії ініціатива повинна надходити з боку влади. Саме тоді і застосовується поняття *“залучення громадськості”*, коли влада здійснює певні кроки для того, щоб населення брало участь у спільному з нею вирішенні проблемних питань та у процесі прийняття рішень у цілому. Тобто *“участь громадськості”* є результатом процесу *“залучення”*.

Унаслідок цього відбуваються серйозні зміни в суб'єктно-об'єктних відносинах. При залученні громадськості до процесу прийняття рішень, до спільної взаємодії влада виступає як суб'єкт; вона впливає на громадськість з метою активізації її діяльності, створює необхідні для цього умови, організує заходи тощо. У результаті цього громадськість, яка виступала в ролі об'єкта діяльності влади, перетворюється на суб'єкта; вона починає впливати на владу, контролювати її та диктувати свої умови (вимагати вирішення тих питань, які, на її думку, є необхідними; які є першочерговими, а які ні, які рішення потрібно приймати з тих чи інших питань; пропонувати власне вирішення проблем тощо).

Це своєрідний парадокс, який полягає в тому, що сама влада має стати ініціатором створення умов для перетворення громадськості на суб'єкта управління, на того, хто саме і здійснює владу в державі, як це зазначено в Конституції України: *“Носієм суверенітету і єдиним джерелом влади в Україні є народ. Народ здійснює владу безпосередньо і через органи державної влади та органи місцевого самоврядування”*.

Проведеним дослідженням встановлено, що взаємовплив, який виникає в процесі взаємодії, має суттєві наслідки як для влади, так і для громадськості та суспільства в цілому. Влада впливає на громадськість з метою її залучення – створює умови (правові, технологічні тощо) для участі громадськості в процесі прийняття рішень, розробляє та втілює в життя програми громадської освіти, що є необхідним для ефективної співпраці, та ін. [10].

Громадськість у результаті цього також отримує реальний вплив на владу та її діяльність. Цей процес відбувається постійно: одне впливає з іншого, у різних випадках влада і громадськість виступають то як об'єкти, то як суб'єкти діяльності та впливу один на одного.

В Україні це питання ще потребує свого вирішення. Механізми залучення громадськості ще недосконалі й не діють повною мірою. Сама влада за своєю природою не завжди прагне до відкритості та передачі більшості зі своїх владних повноважень народові. Тому потребують свого вдосконалення механізми широкого залучення громадськості до процесу прийняття рішень, співпраці влади з громадянським суспільством.

У процесі аналізу історичного досвіду українських земель щодо демократичних засад управління встановлено, що цей досвід свідчить не тільки про наявність певних елементів демократії, а й про її природність та тисячолітнє існування на нашій території. За будь-якого державного правління, у будь-який час демократія на теренах сучасної України завжди була присутня й іноді мала досить розвинені форми. Широке залучення громадськості до процесу прийняття рішень було тим стрижнем, навколо якого будувалась українська ментальність та державність взагалі. Система місцевого самоврядування, яка почала розвиватися ще у VIII-IX ст., як і адміністративно-територіальний поділ, може бути прикладом і сьогодні. Розуміння природності демократії для України є надзвичайно важливим на сучасному етапі її розвитку та становлення як дійсно демократичної держави. Саме виходячи з цього можливо побудувати стійку основу для демократичних засад управління та прозорості діяльності влади, що сьогодні є пріоритетами державної політики України.

Доведено, що прагнення українського народу до свободи та демократії, до вільного життя та вільного волевиявлення – основа його ментальності. Історія свідчить, що як тільки державна влада починала обмежувати свободу українців, тиснути на демократію, припиняла повністю або частково взаємодіяти з громадськістю, позбавляла народ можливості вільно висловлювати свої думки – одразу починались масові народні незадоволення та суспільна криза у державі, яка часто переростала в повстання та визвольну боротьбу за незалежність.

Сьогодні багато говориться про необхідність формування та формулювання національної ідеї України, але чіткого її визначення досі не існує. На нашу думку, саме ідея природності демократії та самоврядності для України і має стати її національною ідеєю. Подальший розвиток Української держави має будуватися саме на розумінні наших історичних коренів та тисячолітньому досвіді демократичних засад державного управління, що дасть змогу завершити етап створення ефективної системи державної влади, яка б відповідала сучасним вимогам демократичного суспільства [14].

Законодавче забезпечення є необхідною умовою для будь-якої діяльності. Вкрай важливим це є й для ефективної взаємодії органів публічної влади

з громадськістю як на центральному, так і на місцевому рівні управління.

На місцевому рівні питання взаємодії органів публічної влади з громадськістю знайшли своє реальне впровадження, хоча механізми цієї співпраці ще потребують свого вдосконалення. Існує законодавча база щодо співпраці органів місцевої влади з населенням, яка дає змогу владі проводити громадські слухання, у тому числі й відкриті бюджетні слухання, а громадськості – створювати органи самоорганізації населення для вирішення всіх проблемних питань, що виникають у громаді. Законодавство існує, але для того, щоб воно працювало, необхідні конкретні механізми та інструменти, які ще потребують якнайшвидшого впровадження в реальне життя.

Незважаючи на це, в даному питанні є певні зрушення як у діяльності вищого законодавчого органу України, так і в діяльності вищого виконавчого. Така форма взаємодії з громадськістю, як громадські слухання, стає традиційною для уряду України. Тематика їх достатньо різноманітна. Парламентські слухання, що постійно проводяться у Верховній Раді України, є теж однією з форм відкритості та взаємодії з громадськістю. За останні кілька років стали традиційними широкі обговорення з громадськістю програм діяльності уряду, зустрічі з громадськістю представників державної влади.

Слід зазначити, що в цілому українське законодавство відповідає міжнародним та, зокрема, європейським нормам щодо питань захисту прав людини, її основних свобод та участі громадськості в процесі управління державними справами. Потребує створення та вдосконалення тільки законодавча база щодо участі громадськості в діяльності органів центральної виконавчої та законодавчої влади. Дане питання на сучасному етапі розвитку України як правової та демократичної держави набуває суттєвого значення та потребує якнайшвидшого впровадження.

Основними формами залучення громадськості до процесу прийняття державних рішень, що використовуються сучасною українською владою, є такі як: громадські слухання; відкриті бюджетні слухання як їх складова; так звана “гаряча телефонна лінія” – відповіді посадовців на запитання громадян по телефону тощо. Але цього вкрай недостатньо. Для того, щоб процес участі громадськості України ставав усе більш ефективним, необхідно впроваджувати такі форми, як громадські дорадчі комітети, зворотний зв'язок через мережу Інтернет тощо. Заслугує на увагу і така форма, як громадська та громадсько-професійні експертизи законопроектів. Тільки через використання такої форми громадської участі можливо врахувати пропозиції не тільки окремих, конкретних виборців (як, скажімо, при дорученнях виборців своїм депутатам), а й використати думку широкого кола громадськості – науковців, фахівців, представників громадських об'єднань, органів державного управління та місцевого самоврядування.

Найбільш ефективна взаємодія влади з громадськістю відбувається в Україні на місцевому рівні; є міста, які наводять приклади того, як місцева влада має співпрацювати з громадськістю, але не всі міста, села та селища України використовують можливості, надані законодавством. В основному це відбувається з таких причин [2]:

- небажання органів влади та їх представників “відкритися” для населення, співпрацювати з ним;
- відсутність законодавчого зобов’язання (а не можливості) органів влади спільно з громадськістю вирішувати всі важливі питання, що виникають;
- хвилювання з боку влади, що громадськість через свою участь уповільнить процес прийняття рішень;
- необізнаність громадськості, відсутність у більшості населення конкретних знань про діяльність органу влади, його обов’язки перед громадою, а також своїх прав та обов’язків, знання законодавства взагалі.

Сучасні політичні події свідчать про те, що громадськість України вважає себе джерелом та суб’єктом влади в країні. Це дає всі підстави сподіватися, що взаємодія між органами державної влади та місцевого самоврядування з громадськістю буде тільки зміцнюватися та розвиватися. Водночас для цього необхідні певні умови та заходи.

Висновки та перспективи подальших досліджень у цьому напрямі. На підставі аналізу літературних джерел дослідження встановлено, що, незважаючи на значну кількість робіт із даної теми, вона потребує ще більшої уваги науковців. Особливо це стосується питань взаємодії з громадськістю органів влади центрального рівня управління. До сьогодні науковцями досліджувалися окремі питання із зазначеної проблеми й в основному тільки на місцевому рівні управління. Наукові теорії та школи публічного управління ХХ ст. є основою державного управління в будь-якій країні.

Природність демократії для України та її народу є вкрай важливою для сучасного процесу державотворення України. За будь-якого державного правління, у будь-який час демократія на теренах сучасної України завжди була присутня й іноді мала досить розвинені форми. Широке залучення громадськості до процесу прийняття рішень було тим стрижнем, навколо якого будувалась українська ментальність та державність взагалі. Система місцевого самоврядування, яка почала розвиватися ще у VIII-IX ст., як і адміністративно-територіальний поділ, може бути прикладом і сьогодні. Прозорість бюджетного процесу є однією з основних умов реальної взаємодії органів державної влади та місцевого самоврядування з громадськістю. Коли громадськість знає, яка кількість державних грошей і на які напрями використана, це підвищує довіру до влади та допомагає процесу взаємодії представників влади з платниками податків. Упровадження довгострокових фінансових планів, нових форм складання бюджету, впрова-

дження нових форм роботи, таких як відкриті бюджетні слухання та інші, допоможе зосередити діяльність органів влади всіх рівнів на вирішенні питань соціально-економічного, культурного, соціального розвитку держави, на дійсному служінні народowi України.

На сучасному етапі назріла необхідність упровадження та використання критеріїв оцінки результативності діяльності органів влади всіх рівнів. Ці критерії є інструментом підвищення ефективності взаємодії органів публічної влади з громадськістю. Вони показують, наскільки результативно працює влада, за якими напрямами вона використала державні кошти та в якій кількості. Завдяки цим критеріям громадськість має право та можливість контролювати діяльність влади. Впровадження цих технологій не потребує ні додаткових коштів на реалізацію, ні законодавчих змін, а їх результати будуть корисними та ефективними. Вони приведуть як до більшої прозорості влади, так і до її продуктивної діяльності в напрямі відповідності потребам сучасного суспільства.

Україна сьогодні йде шляхом демократичних перетворень. Залучення громадськості до державного управління та місцевого самоврядування, до процесу прийняття рішень у цілому є запорукою успіху реалізації встановленої мети – побудови міцної демократії в країні. Нова українська влада на сучасному етапі розвитку країни має великий кредит довіри населення. І тому саме сьогодні вирішення питання реальної та ефективної взаємодії громадськості і влади є запорукою подальшого розвитку держави.

ЛІТЕРАТУРА

1. Конституція України : Прийнята 28.06.1996. Відомості Верховної Ради України. 1996. №30.
2. Бабінова О. Шляхи та перспективи підвищення ефективності взаємодії органів державного управління та місцевого самоврядування України з громадськістю. Державна стратегія управління місцевим та регіональним розвитком: форми, методи та актуальні проблеми реалізації : матеріали наук.-практ. конф., 24 листоп. 2004 р. Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2004. С. 31-33.
3. Енциклопедичний словник з державного управління / уклад. : Ю. П. Сурмін, В. Д. Бакуменко, А. М. Михненко та ін.; за ред. Ю. В. Ковбасюка, В. П. Трощинського, Ю. П. Сурміна. К. : НАДУ, 2010. 820 с.
4. Малиновський В. Я. Державне управління : навч. посіб. Вид. 2-ге, доп. та перероб. К. : Атіка, 2003. 576 с.
5. Романюк С. Політика регіонального розвитку в Україні. К. : Наук. думка, 2001. 342 с.
6. Селіванов С. В., Обушна Н. І., Хаджирадева С. К. Розвиток кадрового потенціалу державної служби в Україні в умовах реформ: проблеми теорії та практики : монографія. Київ : Каравела, 2019. 293 с.

7. Федоренко В. Л. Методологія сучасних конституційно-правових досліджень в Україні : наук. доповідь / НАПрН України, Київський регіональний центр. К., 2015. 64 с.

8. Воронов О. І. Методика діагностування соціально-психологічних впливів на прийняття державно-управлінських рішень в індетермінованих умовах : навч.-метод. посіб. Одеса : Астропринт, 2017. 271 с.

9. Соціально-економічний стан України: наслідки для народу та держави : національна доповідь / за заг. ред. В. М. Гейця [та ін.]. К. : НВЦ НБУВ, 2009. 687 с.

10. Стеценко Т. О., Тищенко О. П. Управління регіональною економікою : навч. посіб. К. : КНЕУ, 2009. 471 с.

11. Органи державної влади в Україні: структура, функції та перспективи розвитку : навч. посіб. / кол. авт. : Н. Р. Нижник, С. Д. Дубенко, Н. Г. Плaxотнюк та ін.; за заг. ред. Н. Р. Нижник. К. ; Івано-Франківськ : ЗАТ "Нічлава", 2003. 288 с.

12. Швайка Л. А. Державне регулювання економіки : навчальний посібник. К. : Знання, 2006. 435 с.

13. Ягодка А. Г. Соціальна інфраструктура і політика. К. : КНЕУ, 2002. 232 с.

14. Мельник А. Ф., Оболенський О. Ю., Васіна А. Ю. Державне управління : підручник / за ред. А. Ф. Мельник. К. : Знання, 2009. 582 с.

15. Бакуменко В. Д. Державно-управлінські рішення : навчальний посібник. К. : ВПЦ АМУ, 2011. 444 с.

REFERENCES

1. Konstytutsiia Ukrainy : Pryjniata 28.06.1996 (1996), Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy, №30.

2. Babinova O. (2004), Shliakhy ta perspektyvy pidvyschennia efektyvnosti vzaiemodii orhaniv derzhavnoho upravlinnia ta mistsevoho samovriadvannia Ukrainy z hromads'kistiu, Derzhavna stratehiia upravlinnia mistsevym ta rehional'nyim rozvytkom: formy, metody ta aktual'ni problemy realizatsii : materialy nauk.-prakt. konf., 24 lystop. 2004 r., ORIDU NADU, Odesa, s. 31-33.

3. Entsyklopedychnyj slovnyk z derzhavnoho upravlinnia / uklad. : Yu. P. Surmin, V. D. Bakumenko, A. M. Mykhnenko ta in.; za red. Yu. V. Kovba-

siuka, V. P. Troschyns'koho, Yu. P. Surmina (2010), NADU, K., 820 s.

4. Malynovs'kyj, V. Ya. (2003), Derzhavne upravlinnia : navch. posib., Vyd. 2-he, dop. ta pererob., Atika, K., 576 s.

5. Romaniuk S. (2001), Polityka rehional'noho rozvytku v Ukraini, Nauk. dumka, K., 342 s.

6. Selivanov, S. V. Obushna, N. I. and Khadzhyradieva, S. K. (2019), Rozvytok kadrovoho potentsialu derzhavnoi sluzhby v Ukraini v umovakh reform: problemy teorii ta praktyky : monohrafiia, Karavela, Kyiv, 293 s.

7. Fedorenko, V. L. (2015), Metodolohiia suchasnykh konstytutsijno-pravovykh doslidzhen' v Ukraini : nauk. dopovid' / NAPrN Ukrainy, Kyivs'kyj rehional'nyj tsentr, K., 64 s.

8. Voronov, O. I. (2017), Metodyka diahnostuvannia sotsial'no-psykholohichnykh vplyviv na pryjniattia derzhavno-upravlins'kykh rishen' v indeterminovanykh umovakh : navch.-metod. posib., Astroprynt, Odesa, 271 s.

9. Sotsial'no-ekonomichnyj stan Ukrainy: naslidky dlia narodu ta derzhavy : natsional'na dopovid', za zah. red. V. M. Hejtsia [ta in.] (2009), NVTs NBUV, K., 687 s.

10. Stetsenko, T. O. and Tyschenko, O. P. (2009), Upravlinnia rehional'noi ekonomikoju : navch. posib., KNEU, K., 471 s.

11. Orhany derzhavnoi vlady v Ukraini: struktura, funksii ta perspektyvy rozvytku : navch. posib. / kol. avt. : N. R. Nyzhnyk, S. D. Dubenko, N. H. Plakhotniuk ta in.; za zah. red. N. R. Nyzhnyk (2003), K. ; Ivano-Frankivs'k : ZAT "Nichlava", 288 s.

12. Shvajka, L. A. (2006), Derzhavne rehuliuвання ekonomiky : navchal'nyj posibnyk, Znannia, K., 435 s.

13. Yahodka, A. H. (2002), Sotsial'na infrastruktura i polityka, KNEU, K., 232 s.

14. Mel'nyk, A. F. Obolens'kyj, O. Yu. and Vasina, A. Yu. (2009), Derzhavne upravlinnia : pidruchnyk, za red. A. F. Mel'nyk, Znannia, K., 582 s.

15. Bakumenko, V. D. (2011), Derzhavno-upravlins'ki rishennia : navchal'nyj posibnyk, VPTs AMU, K., 444 s.

Стаття надійшла до редакції 29 листопада 2021 року

УДК 332.1

*Петрук І. П.,
inna.petruk10@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-2789-0045,
Researcher ID: 0000-0002-2789-0045,
к.е.н., старший викладач кафедри економіки, Львівський торговельно-економічний університет,
м. Львів*

ОЦІНКА МЕХАНІЗМУ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ РЕГІОНАЛЬНИМ РОЗВИТКОМ

***Анотація.** Сучасні соціально-економічні кризи не тільки є наслідком фінансово-економічної диспропорції та інших негативних процесів, а й результатом найважливіших інституціональних змін, що охоплюють як елементи економіки, так і держави загалом. У контексті означеного постає проблема вибору адекватних підходів до оцінки інструментарію антикризового управління, які б дозволили виявити ті з них, котрі максимально здатні знизити рівень ризику території та підвищити результативність соціально-економічних показників. Найперше, на що слід звернути увагу, – це на забезпечення впровадження ефективних державних інструментів, котрі дозволять найкраще реалізовувати регіональні програми розвитку. Один критерій при визначенні депресивного регіону не є достатнім і не показує реальну картину його стану. Власне тому важливо більш раціонально й науково підходити до формулювання положень чинних нормативних документів, що мають стосунок до регіонального розвитку загалом і антикризового управління на регіональному рівні зокрема. Формування системи антикризового управління на базі ретельної оцінки вихідного рівня регіонального розвитку, окрім наявності певної врегульованої її методики, затвердженої на державному рівні, вимагає чіткого механізму та злагодженості в межах країни. Недопустимим є плюралізм думок і розрізнених напрямів регіонального розвитку та заходів антикризового управління без їх збалансованості в межах держави.*

Ключові слова: антикризове управління, регіон, регіональний розвиток, криза, антикризовий механізм, концепція, показник, оцінка, аналіз, організація, інституції, стратегічна модель, антикризові заходи.

*Petruk I. P.,
inna.petruk10@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-2789-0045,
Researcher ID: 0000-0002-2789-0045,
Ph.D., Senior Lecturer of the Department of Economics, Lviv University of Trade and Economics, Lviv*

ASSESSMENT OF THE MECHANISM OF ANTI-CRISIS MANAGEMENT OF THE REGIONAL DEVELOPMENT

***Abstract.** Modern socio-economic crises are the result not only of financial and economic imbalances and other negative processes, but also the result of major institutional changes, covering both elements of the economy and the state as a whole. In the context of the above, there is a problem of choosing adequate approaches to assessing the tools of crisis management, which would identify those that are best able to reduce the risk of the territory and increase the effectiveness of socio-economic indicators. The first thing to pay attention to is to ensure the introduction of effective government tools that will allow the best implementation of regional development programs. One criterion in determining the depressed region is not sufficient and does not show a real picture of its condition. That is why it is important to take a more rational and scientific approach to formulating the provisions of current regulations related to regional development in general and crisis management at the regional level in particular. The formation of a crisis management system based on a thorough assessment of the initial level of regional development, in addition to the existence of a regulated methodology approved at the state level, requires a clear mechanism and coherence within the country. Pluralism of opinions and disparate directions of regional development as well as measures of anti-crisis management is inadmissible without their balancing within the state.*

Key words: anti-crisis management, region, regional development, crisis, anti-crisis mechanism, concept, indicator, evaluation, analysis, organization, institutions, strategic model, anti-crisis measures.

JEL Classification: O18; L59; R50

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2021-65-17>

Постановка проблеми. Різносторонній аналіз причин виникнення криз та напрацьований досвід антикризового управління дозволив вирішити ряд важливих теоретичних і практичних завдань, спрямованих на згладжування або уникнення негативних їх наслідків. Визнаючи беззаперечний вклад згаданих науковців, слід зазначити, що сучасні виклики ендегенного й екзогенного характеру породжують нові асиметрії регіонального розвитку, стимулюють появу нових ризиків та факторних обмежень, що вимагає розробки превентивних і адаптивних антикризових заходів на мезорівні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Механізми антикризового управління регіональним розвитком досліджували у свої працях зарубіжні та вітчизняні вчені, серед яких: О. Ю. Бобровська, О. В. Василенко, Т. Г. Васильців, В. М. Геєць, Т. Л. Желюк, Л. М. Ємельяненко, С. М. Іванюта, В. Ф. Кифяк, Н. Д. Корягін, В. С. Кравців, В. В. Лагодієнко, Л. О. Лігоненко, М. В. Максимчук, І. Й. Малий, В. Ю. Медвідь, А. Ф. Мельник, Т. М. Мельник, Г. Л. Монастирський, Є. С. Мінаєв, Н. В. Павліха, Т. М. Попович, Т. А. Приходченко, І. З. Сторонянська, А. А. Чухно, З. Є. Шершньова, С. Л. Шульц та інші.

Постановка завдання. Мета статті - побудова системи інструментів антикризового управління регіональним розвитком. Інструменти антикризового управління, котрі стосуються функції соціальної відповідальності, передбачають формування завдань соціальної політики в регіоні відповідно до потреб території та будуються на правових аспектах, що орієнтовані на високий рівень морального задоволення та матеріального забезпечення населення регіону. Інструменти управління, призначені для реалізації інформаційно-правової функції, передбачають побудову системи нормативно-правового й інформаційного забезпечення, які дозволять стабілізувати кризову ситуацію в регіоні та розробити правові документи задля покращення його економічного становища. Інструменти антикризового управління, що пов'язані з функцією маркетингу, передбачають застосування методів, які забезпечують ефективність господарських процесів регіону та високий показник прибутковості його суб'єктів.

Виклад основного матеріалу дослідження. В науковій літературі антикризове управління розглядається як система, що має комплексний характер і спрямована на запобігання або усунення несприятливих явищ за допомогою використання всього потенціалу сучасного менеджменту, розробки і реалізації спеціальної програми, котра характеризується стратегічним характером і дозволяє усунути тимчасові ускладнення, зберегти й примножити ринкові позиції за будь-яких обставин, спираючись на власні ресурси.

У регіональному аспекті таке означення можна інтерпретувати та визначити антикризове управління регіональним розвитком як комплексну систему, яка базується на використанні всього потенціалу сучасного менеджменту, для запобігання (усунення) несприятливих явищ у регіоні з ціллю

виведення його з кризового стану. Таке більш лаконічне означення можна пояснити тим, що, по-перше, дещо некоректним видається вживання словосполучення "примножити ринкові позиції за будь-яких обставин". По-друге, обмеження "спираючись на власні ресурси" також не надто доречно. В сучасних умовах існують більш глобальні та ширші можливості виведення з кризи, ніж лише власні ресурси. Якщо долучити до наведеного те, що регіональна політика держави – це сфера діяльності з управління політичним, економічним, соціальним і екологічним розвитком країни в просторовому, регіональному аспекті, що відображає як взаємовідносини між державою і регіонами, так і регіонів між собою [1], то запропоноване означення логічно в це вписується.

З точки зору оцінки інструментарію антикризового управління також варто звернути увагу не лише на вдосконалення нормативно-правової бази регіонального розвитку, а й діяльність із удосконалення та розвитку координаційних урядових дій і органів регіональної виконавчої влади з питань соціально-економічного розвитку, узгодження загальнодержавних і регіональних інтересів. Прикладом цього є створення Кабінетом Міністрів України Ради розвитку регіонів (2006 р.) [2]. Однак, як засвідчила практика, даний орган практично не виконав своєї місії. Причина цього, на наш погляд, - його дорадчий статус і недостатня врегульованість функцій та повноважень. До слова, регламентуючі документи щодо діяльності цієї інституції чинні і сьогодні, але вона практично не бере жодної участі у вирішенні проблем регіонального розвитку. Позитивно слід оцінити розвиток регламентуючих інструментів у питаннях антикризового управління. Однак у цьому контексті більш репрезентативним є державний рівень, ніж регіональний. Насамперед ратифікація Угоди про асоціацію між ЄС і Україною (2014 р.) уможливила активізацію діяльності в питаннях антикризового управління. Це прописується статтею 10 вищезазваної Угоди. В продовження цього українська "Стратегія 2020" передбачала відповідні реформи та їх спрямування на подолання системних кризових явищ через механізм взаємодії з експертами з цих питань і участь громадянського суспільства. Відповідно, методологічне (теоретичне) підґрунтя досягнення високих стандартів життя в Україні набуло прагматичних рис і втілювалося в концепції державного антикризового управління.

Прагматика антикризового управління на національному рівні розвивалася на засадах формування відповідних Стратегій розвитку, зокрема з використанням проектного підходу. Аналогічні практики почали застосовуватися і на рівні регіонів. У Стратегіях розвитку регіонів також достатньо детально розпочали прописуватися питання оптимізації використання коштів на забезпечення сталого розвитку, подолання негативних кризових проявів і ризиків. У цьому плані основним недоліком можна вважати відсутність єдиних базових підходів до антикризового управління. Тому варто було б використати існуючий міжнародний

досвід із цього питання, який репрезентований застосуванням у державному управлінні Євразійського стандарту антикризового управління проектами [3].

Курс на євроінтеграцію наклав свій відбиток на процеси вдосконалення місцевого самоврядування, оскільки в їх основу покладено положення Європейської хартії місцевого самоврядування. Остання ідентифікує органи місцевого самоврядування як автономні й самостійні інституції, що мають державницькі повноваження та провадять свою діяльність на засадах дотримання принципу субсидіарності. Окрім цього, дані органи мають за положеннями Хартії компетенцію щодо управління не лише на базовому рівні (село, селище, місто), а й щодо її поширення на регіональний рівень (область, район, можливо, окремий регіон як місце пріоритетного розвитку, вільної економічної зони, місце проведення дослідів тощо) [4].

Проте така ситуація криє в собі додаткові виклики, пов'язані з наявністю ризиків, які слід упереджувати. Відсутність чітких розмежувань повноважень вищеназаних суб'єктів управління є додатковим проблемним питанням антикризового управління. Якщо є нечіткість у цьому плані, то важко досягти узгодженої взаємодії при реалізації антикризових заходів і ідентифікувати відповідальних за виконання тих чи інших завдань антикризового управління.

Немає однакості серед науковців також і з приводу місця оцінки як однієї з управлінських функцій в антикризовому управлінні. Так, окремі вчені розглядають оцінку в якості завершального етапу всього процесу, яка має здійснюватися на стадії після подолання кризи та як базу з метою "навчання", тобто напрацювання позитивного

досвіду. Підтримуючи в загальному висловлену думку, хочемо зазначити, що, на наш погляд, таке позиціонування оцінки суттєво применшує її потенційну користь, а саме: аналіз результатів антикризового управління на стадії поживлення економіки дійсно дозволяє комплексно здійснити оцінку всього процесу в динаміці та чітко відстежити дії та їх наслідки, проте відсутність розрахунку оціночних показників на етапах спаду та депресії позбавляє можливості приймати виважені антикризові рішення.

Тому саме під час реагування на кризу ми вважаємо проведення оцінки найдоцільнішим, а під час інших етапів – бажаним (рис. 1).

Разом із цим, відмінною рисою антикризового управління в сучасних умовах є те, що різні види криз потребують різного підходу до розробки й застосування інструментарію антикризового регулювання.

Користуючись методом дедукції, виокремимо управлінські дії, які можуть вживатися уповноваженими органами державної влади для врегулювання кризи, у поєднанні з показниками, які відображають характер змін, які очікувано відбудуться в регіональній економіці з введенням у дію антикризових інструментів. Держава, яка не має ефективного механізму та інструментів державного регулювання розвитку регіонів (інституційних, кадрових, фінансових тощо), не лише не здатна забезпечити належний рівень розвитку територій, але й постійно відчуває загрозу аномального зростання міжрегіональних диспропорцій, що може привести до кризової ситуації в регіоні і до дезінтеграції єдиного простору держави.

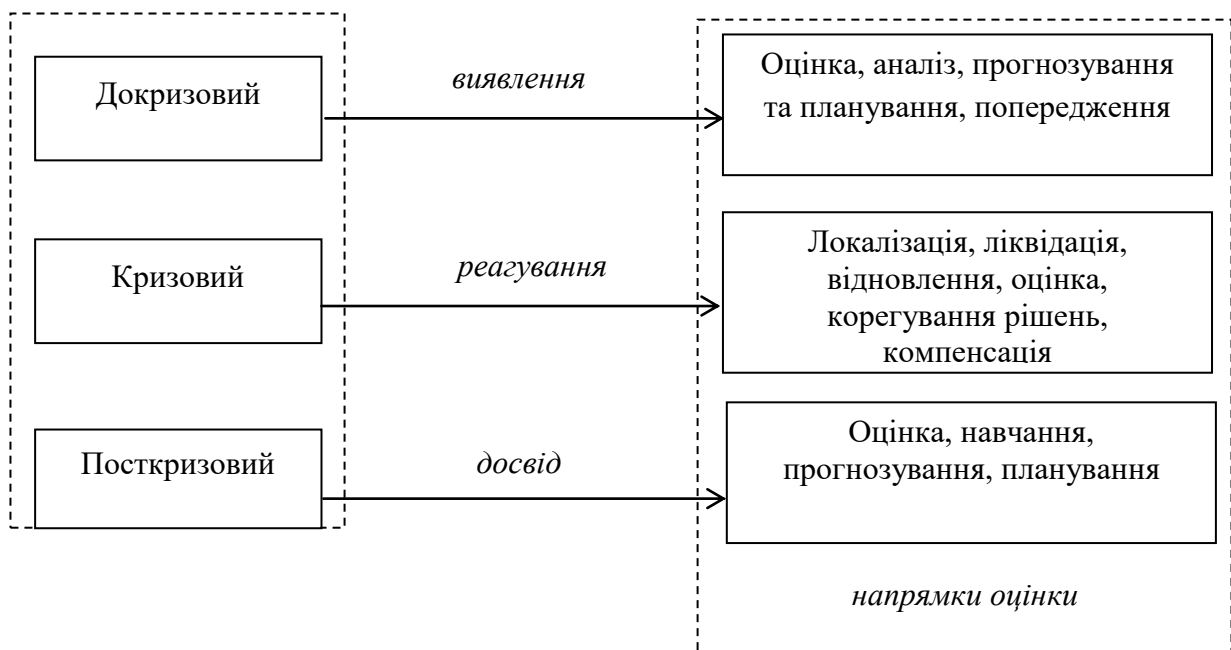


Рис. 1. Місце оцінки в системі антикризових заходів

Джерело: складено автором за [3]

У контексті даного дослідження оцінювання антикризового управління регіональним розвитком необхідно проводити, виходячи з рівнів інституційного середовища, тобто: загальне інституційне середовище антикризового управління (формальні і неформальні інститути); внутрішні й зовнішні угоди, що підписувались учасниками проекту, який опинився в кризовій ситуації; стандартизовані форми економічної поведінки суб'єктів-учасників [5].

Зазвичай інституційні фактори потребують корекції параметрів антикризового управління в наступних напрямках:

- прийняття закону, в якому визначатимуться критерії кризової ситуації в регіоні та напрямки її вирішення, тобто оцінюватиметься рівень конкурентоспроможності кризової території;

- підготовка контрактів щодо регулювання антикризового управління на основі взаємодії зовнішнього управління фінансовою системою та ресурсним потенціалом регіону в кризовій ситуації, орієнтуючись на впровадження дієвих документів у кризових регіонах;

- розроблення й впровадження комплексу фінансово-інвестиційних інструментів, направлених на підтримку економічної системи та корекцію діяльності суб'єктів господарювання в кризовій ситуації [6].

Для реалізації вищезазначених напрямів важливо правильно встановити комплекс інституціональних інструментів, що включають можливість корекції загального інституційного середовища, угод між учасниками кризової ситуації та типових форм економічної поведінки суб'єктів антикризового управління, які функціонують у державній владі та ринковому середовищі. Він охоплює основні складові, які уможливають ефективний вплив на досягнення стабілізації в умовах криз на регіональному рівні чи їх упередження.

Загалом вважаємо, що комплекс інституціональних інструментів антикризового управління регіональним розвитком в уніфікованому вигляді повинен включати такі елементи: загальнорегульовальні (державницькі), загальнорегіональні нормувальні, загальнорегіональні організаційно-інституційні, загальнорегіональні компенсаційні, специфічні.

У складі специфічних інструментів пропонуємо виокремити:

- опції з удосконалення соціально-економічної програми розвитку регіону (в т. ч. акцентуючи увагу на прогнозуванні не лише найважливіших показників такого розвитку в періоді 3-5 років (і більше), а й формуванні стабілізаційних фондів, участі існуючих інституцій у вирішенні антикризових проблем, ініціюванні залучення суб'єктів господарювання до участі в міжнародних стабілізаційно-розвиваючих програмах, розвитку специфічних галузей (наприклад, у регіонах із багатою історичною спадщиною – туризму, з унікальними природними умовами – розвитку альтернативних джерел вироблення енергії і т.п.) тощо);

- моніторинг, а у випадку появи загроз і при їх виявленні – аналіз і контроль показників економічного розвитку (економічної безпеки, рівня людського розвитку, рівня економічного розвитку тощо, а також інших показників, наприклад, трансакційних витрат і витрат, пов'язаних із впровадженням інститутів із регулювання внутрішнього регіонального середовища та їх ефективності) з виокремленням відповідних інституцій, які мають займатися такою діяльністю;

- регіональні підприємницькі, громадські, в т.ч. молодіжні організації, метою яких є розвиток соціальних, громадських, спортивних і інших інтересів;

- діяльність із формування обґрунтувань участі суб'єктів господарювання в проектах на території регіону за такими напрямками, як розвиток соціально-економічної інфраструктури, реалізація соціальних програм тощо; залучення потенційних інвесторів для таких цілей, включаючи іноземних; проектування диверсифікаційних заходів на території регіону та заходів із подолання асиметрії між антимонопольним регулюванням на державному рівні та їхнім дефіцитом на території регіону тощо.

Остання складова специфічних інструментів вимагає залучення до її реалізації освітніх інститутів (вищих навчальних закладів, дослідницьких структур, зрештою укладання договорів про співпрацю з освітніми закладами, узгодження тем досліджень, у тому числі тем випускних кваліфікаційних робіт, спрямованих на побудову оптимізаційних моделей регіонального розвитку). Слід зауважити, що це найменш затратний і наразі найменш реалізований у практичній площині інструмент підвищення ефективності регіонального розвитку, який варто популяризувати й активно використовувати [7].

Практичний досвід свідчить, що регіональні інститути не мають сильного впливу на розвиток регіону, бо, як і раніше, вирішальним фактором є географічне розташування території (природні ресурси, клімат тощо), але вони мають широкі можливості для застосування власних специфічних підходів і активізації так званого “економічного феномену” через використання відповідних наукових обґрунтувань і досліджень. Щодо оцінки загальних інструментів, то є два варіанти. Перший – застосування вже розроблених оцінкових методик. Другий – удосконалення існуючих чи розробка нових методик оцінки. Перший шлях простіший, адже вимагає лише формування пропозицій із використання нових оцінкових критеріїв і їх формалізацію. Другий шлях складніший, адже передбачає відповідні дослідницькі пошукування й обґрунтування абсолютно нових показників [8]. У своєму дослідженні ми зробимо спробу вдосконалити чинні методики оцінки, адже переконані, що розробка нових – це актуальний і більш глобальний напрям наукових досліджень.

Таблиця 1

Інструменти антикризового управління регіональним розвитком

Напрямок регіонального розвитку	виробничу	соціальну	інформаційно-правову	маркетингову
Еколого-економічний	Інструменти, що зменшують шкідливість викидів на території регіону в процесі виробничої діяльності підприємств регіону* (1)	Інструменти, що характеризують економічну безпеку населення регіону та забезпеченість соціальної відповідальності суб'єктів господарювання при виникненні надзвичайних ситуацій** (2)	Інструменти, що формують інформаційно-правову базу щодо контролю зовнішнього середовища та штрафи при порушеннях* (1)	Інструменти, що характеризують ефективність системи управління регіональним виробництвом з дотриманням норм екологічної безпеки**
Інноваційно-інвестиційний	Інструменти, що дозволяють збільшити конкурентоспроможність регіонів та рівень фінансування інноваційних проєктів* (1)	Інструменти, що орієнтуються на інтенсифікацію науково-технічного і технологічного потенціалу* (2)	Інструменти, що характеризують нормативну базу щодо інноваційно-інвестиційної діяльності* (1)	Інструменти, що характеризують ефективність проєктів в розвитку регіону**
Інформаційно-технологічний	Інструменти, що сприяють збільшенню інвестиційної привабливості регіону та утворенню нових науково-дослідних центрів* (1)	Інструменти, що характеризують рівень знань, технологій, нововведень та показників проінформованості населення регіону щодо наслідків запланованих інновацій**	Інструменти, що характеризують законодавчий рівень державно-приватного партнерства в регіоні*(1)	Інструменти, що характеризують управління регіоном з використанням інформаційних технологій та нововведень**
Мобілізаційно-інноваційний	Інструменти, що дозволяють підвищити сукупний регіональний потенціал, інноваційний потенціал територіальної інфраструктури* (1)	Інструменти, що характеризують освітньо-інтелектуальний та людський капітал регіону*	Інструменти, за допомогою яких визначається рівень впровадження науково-технічних розробок**	Інструменти, що характеризують ефективність впровадження науково-технічних розробок в систему управління регіоном**
Сталий розвиток	Інструменти, що дозволяють власності, транснаціоналізації та рівня державного та ринкового регулювання* (1)	Інструменти, що формують заходи із забезпечення населення регіону соціальними пакетами в кризовій ситуації* (2)	Інструменти, що характеризують нормативно-правову базу державного регулювання регіону*	Інструменти, що характеризують державне та регіональне управління відповідно до нормативно-правової бази**
Соціально-економічний	Інструменти, що впливають на рівень матеріального забезпечення і морального задоволення населення регіону та створюють умови для збільшення прибутковості суб'єктів господарювання* (1)	Інструменти, що впливають на соціально-економічний рівень регіону та показують наявність трансфертів з державного бюджету*	Інструменти, що характеризують інформаційно-правову основу взаємодії державного управління з регіональним*	Інструменти, що характеризують маркетингові можливості регіону, щільну політику, стратегічне і поточне планування та визначають ефективність взаємовідносин між різними ланками управління**

Примітки: розроблено автором самостійно; * - діючі інструменти; ** - недіючі; (1) - наявні нормативне регулювання, контролюючі інституції, але їхня діяльність недостатньо ефективна; (2) - наявне нормативне регулювання, але практично немає інституцій та комплексного механізму впливу (за винятком штрафних фінансових санкцій).

Слід відзначити, що вдосконалення інститутів у регіонах відбуватиметься за умови створення інвестиційних платформ для реальної конкуренції та розвитку людського потенціалу. І надалі перевагу в формуванні конкурентоспроможності регіону відіграє комбінація факторів, які сприяють швидкому розвитку та стабілізації економічних показників.

Ефективне антикризове управління в регіоні можливе лише при формуванні дієвої системи відповідних інструментів, які будуть орієнтуватися на напрямки розвитку регіону й виконувати всі покладені на неї функції (табл. 1).

Еколого-економічний напрямок розвитку регіону відноситься до довготривалих проектів і передбачає встановлення взаємозв'язку між природними ресурсами регіону та потенціалом його економічного розвитку як двома рівноправними партнерами.

Інноваційно-інвестиційний напрямок формується на основі встановлення рівняння потреб досліджуваного регіону в науково-технічних розробках і виявленні (оцінці) його ресурсно-економічного потенціалу з метою збільшення інвестиційної активності суб'єктів господарювання [9]. Вагомим результатом при цьому виступає досягнення підвищення конкурентоспроможності регіону, яка посилюється завдяки впровадженню інновацій.

Інформаційно-технологічний напрямок передбачає наукові дослідження та їх технологічне впровадження суб'єктами господарювання регіону для досягнення його кращого рівня розвитку. Діяльність у межах такого напрямку дозволить регіонам ефективно розвиватись у довгостроковій перспективі завдяки вдосконаленню поділу праці та спеціалізації й формуванню збалансованих, оптимальних регіональних виробничих систем з метою виробництва продукції або надання послуг.

Мобілізаційно-інноваційний напрямок регіонального розвитку передбачає проведення оцінювання територіальної структури, активності підприємницького сектору. Основним завданням запропонованого напрямку виступає формування нового науково-технічного потенціалу на основі розширення сфер реалізації наукових результатів досліджень, удосконалення їх напрямів (тем) та активізації участі науковців у впровадженні інновацій [10].

Запропонована система інструментів антикризового управління потребує уточнення видів оцінки та оціночних показників відповідно до суб'єктів дослідження – регіонів України, тобто її областей. Шляхом емпіричного аналізу наявних оцінок та

узагальнення їх результатів нами виокремлено найбільш вагомі з них для кожного напрямку розвитку.

Ці оцінки одночасно можна використати для обґрунтування висновку щодо ефективності чи неефективності того чи іншого напрямку розвитку. Доцільною є проста у використанні й достатньо оперативна методика, яка полягає у присвоєнні тій чи іншій оцінці відповідної характеристики. Зокрема, прийнятним видається такий підхід і позначення: (0) – оцінка практично не визначається; (1) – оцінка визначається, але майже не використовується в процесі управління; (2) – оцінка визначається та частково використовується в процесі управління; (3) – оцінка визначається та враховується в процесі управління.

У подальшому проставлені значення варто застосовувати для експрес-аналізу й визначення ефективності чи неефективності напрямку регіонального розвитку. При цьому слід встановити такі граничні значення оцінок: якщо напрям має не менше від 2-х характеристик, у формулюванні “оцінка визначається та враховується в процесі управління”, то він ефективний; якщо менше від 2-х, - то неефективний.

Результати застосування запропонованого підходу узагальнено в таблиці 2.

У результаті застосування запропонованого підходу виявлено, що на даний час сталий розвиток і соціально-економічний розвиток як напрями найбільш доцільні для регіонів (вони мають по 2 види оцінок, які визначаються та враховуються в процесі управління).

Перевагою даного підходу, як уже було зазначено, є простота та оперативність. Окрім цього, він є достатньо адаптивним і може застосовуватися до всіх інших напрямів регіонального розвитку, в тому числі тих, які будуть обґрунтовуватися науковцями в майбутньому. Важливо лише зважено й правильно обрати ті види оцінок, котрі максимально характеризуватимуть результати, які планується досягти [11].

Перелік інструментів антикризового управління, що відповідають виробничій, соціальній, інформаційно-правовій та маркетинговій складовій, та їх розмежування в розрізі напрямів регіонального розвитку можна вважати одним із видів їх класифікації. Її ознака - напрям і основні складові регіонального розвитку. Іншим доцільним видом групування є класифікація інструментів антикризового управління з позиції їх спрямованості на строки виконання. Отож, за строками виконання їх слід класифікувати на стратегічні, середньострокові та оперативні.

Наукові підходи до оцінювання інструментів антикризового управління регіональним розвитком

Напрями регіонального розвитку	Види оцінок			
	Вплив управління як відкритої соціально-економічної системи на складові регіонального розвитку			
	виробничу	соціальну	інформаційно-правову	маркетингову
Еколого-економічний*	Оцінка рівня забрудненості (1)	Оцінка рівня соціального захисту (1)	Оцінка рівня нормативно-правового забезпечення системи контролю зовнішнього середовища (0)	Оцінка ефективності управління суб'єктів господарювання та їх екологічної діяльності (1)
Інноваційно-інвестиційний*	Оцінка рівня впровадження інноваційних проєктів (0)	Індикативне оцінювання технологічного потенціалу (1)	Оцінка нормативно-правової бази інноваційної діяльності (0)	Оцінка обсягів фінансування інноваційних проєктів (2)
Інформаційно-технологічний*	Оцінка інвестиційної привабливості та рівня освіти і науки (2)	Індикативне оцінювання забезпечення технологіями суб'єктів господарювання (0)	Оцінка рівня правового забезпечення діяльності, інвестиційної привабливості, технологій і нововведень (0)	Оцінка рівня технічного, комунікаційного та ІТ-забезпечення (1)
Мобілізаційно-інноваційний*	Оцінка сукупного регіонального потенціалу (3)	Оцінка рівня освітньо-інтелектуального і людського капіталу (2)	Оцінка рівня розвитку НТП (2)	Оцінка рівня впровадження науково-технічних розробок в інфраструктуру регіону (0)
Сталий розвиток**	Оцінка рівня регіонального розвитку (3)	Оцінка рівня соціального забезпечення населення (3)	Оцінка інституційної структури управління та узгодженості функцій його суб'єктів (0)	Оцінка стратегій та програм розвитку (0)
Соціально-економічний**	Оцінка конкурентоспроможності, рівня людського розвитку (2)	Оцінка рівня бюджетного забезпечення соціально-економічного розвитку (3)	Оцінка технічного та комунікаційного рівня (0)	Оцінка ефективності та рівня прибутковості суб'єктів господарювання (3)

Примітки: розроблено автором самостійно; (0) – практично не визначається; (1) – визначається, але майже не використовується в процесі управління; (2) – визначається та частково використовується в процесі управління; (3) – визначається та враховується в процесі управління; ** - ефективний напрям розвитку; * - неефективний напрям розвитку.

Стратегічні інструменти антикризового управління направлені на вирішення довгострокових завдань, які приймаються на державному й регіональному рівнях. Результативність їх дії можна оцінити не одразу, але важливим є те, що завдяки узгодженню державного та регіонального інтересів досягається цілісність і безпека держави загалом. Прикладом таких інструментів є державна стратегія регіонального розвитку та стратегії розвитку регіонів, котрі формуються з урахуванням її загальної концепції та принципів. Середньострокові інструменти націлені на вирішення середньострокових завдань антикризового управління, і рішення

щодо їх застосування приймаються на рівні регіону. Оперативні інструменти передбачають виконання короткострокових завдань, спрямованих на подолання чи упередження кризових проявів, що можуть бути самостійно реалізовані як суб'єктами господарювання, так і регіональними органами на даному (в нашому випадку обласному) рівні.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Застосування інструментів антикризового управління суттєво залежить від фактичного рівня регіонального розвитку, тому важливе значення має правильний вибір методу проведення такої оцінки, адже результати аналізу

можуть дозволити виявити проблемні місця, виклики та інші кризові прояви. Сталий розвиток регіону передбачає взаємозв'язок та баланс усіх компонентів (соціальних, інноваційних, економічних, технологічних, екологічних, інституційних), що дозволять покращити рівень добробуту населення регіону та задовольняти свої потреби.

Соціально-економічний розвиток передбачає підвищення рівня регіональної інфраструктури та оцінку показників економічного зростання в регіоні, що дозволить визначити його конкурентоспроможність, соціальну відповідальність і активізувати необхідний потенціал для забезпечення подальших відповідних покращень.

Інструменти антикризового управління, що забезпечують виробничу функцію, передбачають використання територіальної інфраструктури регіону щодо підвищення його економічних показників, підвищення інвестиційної привабливості, екологічної безпеки та рівня впровадження науково-технічних розробок у діяльність суб'єктів господарювання. Розглянуті підходи до класифікації інструментарію антикризового управління регіональним розвитком так чи інакше зачіпають нормативно-законодавче регулювання та відповідні аналітично-розрахункові показники. Причому останні є обов'язковою умовою формування не лише системи антикризового управління, а й розробки нормативно-правового регулювання регіонального розвитку. Саме вони дозволять адекватно оцінити рівень останнього, виявити можливі ризики середовища та врешті за цими результатами прийняти обґрунтовані економічні рішення щодо антикризового управління та його заходів. Отже, ефективне антикризове управління регіональним розвитком можливе при формуванні дієвої системи інструментів, які здатні враховувати напрямки, сучасний стан та вектори розвитку регіону. Оцінювати результативність антикризового управління регіональним розвитком пропонуємо, виходячи з рівнів соціально-економічного розвитку регіонів та системи показників із урахуванням стратегічних напрямків регіонального розвитку та функцій і інструментів управління, які дозволять попередити настання кризових ситуацій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Лігоненко Л. О. Дискусійні питання щодо трактування сутності та співвідношення понять "ефективність" і "результативність" управління підприємством. Актуальні проблеми економіки : наук. економ. журнал. 2008. № 10(88). С. 207-215.
2. Львівська область у цифрах: 2018. Статистичний збірник / за ред. С. Зимовіної. Львів, 2019. 55 с. URL: <https://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/publ/2019/ZB0120190401.pdf>.
3. Стратегія посткризового розвитку зовнішньоекономічного сектора України : монографія / Мазаракі А. А., Мельник Т. М., Юхименко В. В. та ін.; за заг. ред. А. А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. 652 с.

4. Макконел К. Р., Брю С. Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика : В 2 т. Т. 2. / пер. с англ. Минск : Республика, 1992. 400 с.

5. Маковоз О. В., Авагімов А. А. Антикризове регулювання як основа стабілізації економіки України. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2014. № 46. С. 200-204.

6. Маковоз О. В., Глазкова А. С., Кириченко Є. О. Антикризове регулювання як ефективний вплив держави на розвиток економіки. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2014. Вип. 45. С. 21-25. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp_2014_45_5.

7. Максимчук М. В. Моделювання інституційної взаємодії державних та регіональних органів влади при модернізації промислового потенціалу регіону. Економічна наука. 2012. № 9(1). С. 294-303.

8. Малий І. Й. Генеза публічного управління і адміністрування в Україні. Інвестиції: практика та досвід. 2017. № 24. С. 17-21.

9. Малиновський В. Концептуалізація поняття "регіон". Вісник Національної академії державного управління. 2012. Вип. 4. С. 163-170.

10. Матвієнко П. Узагальнююча оцінка розвитку регіонів. Економіка України. 2007. № 5. С. 26-35.

11. Медвідь В. Ю. Сутнісно-змістовні характеристики антикризового управління соціально-економічними процесами в регіонах України. Вісник Сумського національного аграрного університету. 2018. № 12. С. 160-169.

12. Мейнард Д. Общая теория занятости, процента и денег / пер. с англ.; общ. ред. и предисл. А. Г. Милейковский, И. М. Осадчая. Москва : Прогресс, 1978. 494 с.

13. Мельник А. О. Світові економічні кризи в економіці України та їх наслідки. Глобальні та національні проблеми економіки. 2014. Вип. 2. С. 108-113.

14. Мельник А. Виклики економічного розвитку муніципальних утворень як основа побудови моделі управління. Організаційні та економічні проблеми розвитку муніципальних утворень : зб. тез доп. міжнар. наук.-практ. конф. 2006. С. 9-18.

15. Мельниченко О. А. Антикризова політика держави: сутність та пріоритетні напрями. Теорія та практика державного управління. 2015. Вип. 2. С. 17-24. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpdu_2015_2_5.

16. Мендельсон Л. А. Теория и история экономических кризисов и циклов / под ред. Е. С. Варги. Москва : Изд-во социально-экономической литературы, 1959. 691 с.

17. Методика проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації державної регіональної політики : Постанова Кабінету Міністрів України від 21.10.2015 р. №856. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/856-2015-%D0%BF#Text>.

REFERENCES

1. Lihonenko, L. O. (2008), Diskusijni pytannia schodo traktuvannia sutnosti ta spivvidnoshennia poniat' "efektyvnist'" i "rezul'tatyvnist'" upravlinnia pidpriemstvom, Aktual'ni problemy ekonomiky : nauk. ekonom. zhurnal, № 10(88), c. 207-215.
2. L'vivs'ka oblast' u tsyfrakh: 2018. Statystychnyj zbirnyk, za red. S. Zymovinoi. L'viv, 2019. 55 s., available at: <https://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/publ/2019/ZB0120190401.pdf>.
3. Stratehiiia postkryzovoho rozvytku zovnishn'oekonomichnoho sektora Ukrainy : monohrafiia, Mazaraki A. A., Mel'nyk T. M., Yukhymenko V. V. ta in.; za zah. red. A. A. Mazaraki (2014), Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, Kyiv, 652 s.
4. Makkonel, K. R. and Briu, S. L. (1992), Ekonomys: pryntsyipy, problemy y polityka : V 2 t. T. 2., per. s anhl., Respublyka, Mynsk, 400 s.
5. Makovoz, O. V. and Avahimov, A. A. (2014), Antykryzove rehuliuвання iak osnova stabilizatsii ekonomiky Ukrainy, Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti, № 46, s. 200-204.
6. Makovoz, O. V. Hlaskova, A. S. and Kyrychenko, Ye. O. (2014), Antykryzove rehuliuвання iak efektyvnyj vplyv derzhavy na rozvytok ekonomiky, Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti, vyp. 45, s. 21-25, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp_2014_45_5.
7. Maksymchuk, M. V. (2012), Modeliuвання instytutsijnoi vzaiemodii derzhavnykh ta rehional'nykh orhaniv vlady pry modernizatsii promyslovoho potentzialu rehionu, Ekonomichna nauka, № 9(1), s. 294-303.
8. Malyj, I. J. (2017), Heneza publicjnoho upravlinnia i administruvannia v Ukraini, Investytsii: praktyka ta dosvid, № 24, s. 17-21.
9. Malynovs'kyj V. (2012), Kontseptualizatsiia poniattia "rehion", Visnyk Natsional'noi akademii derzhavnoho upravlinnia, vyp. 4, s. 163-170.
10. Matviienko P. (2007), Uzahal'niucha otsinka rozvytku rehioniv, Ekonomika Ukrainy, № 5, s. 26-35.
11. Medvid', V. Yu. (2018), Sutnisno-zmistovni kharakterystyky antykryzovoho upravlinnia sotsial'no-ekonomichnymy protsesamy v rehionakh Ukrainy, Visnyk Sums'koho natsional'noho ahrarnoho universytetu, № 12, s. 160-169.
12. Mejnard D. Obschaia teoriia zaniatosty, protsenta y deneh, per. s anhl.; obsch. red. y predysl. A. H. Mylejkovskij, Y. M. Osadchaia (1978), Prohress, Moskva, 494 s.
13. Mel'nyk, A. O. (2014), Svitovi ekonomichni kryzy v ekonomitsi Ukrainy ta ikh naslidky, Hlobal'ni ta natsional'ni problemy ekonomiky, vyp. 2, s. 108-113.
14. Mel'nyk A. (2006), Vyklyky ekonomichnoho rozvytku munitsypal'nykh utvoren' iak osnova pobudovy modeli upravlinnia, Orhanizatsijni ta ekonomichni problemy rozvytku munitsypal'nykh utvoren' : zb. tez dop. mizhnar. nauk.-prakt. konf., s. 9-18.
15. Mel'nychenko, O. A. (2015), Antykryzova polityka derzhavy: sutnist' ta priorytetni napriamy, Teoriia ta praktyka derzhavnoho upravlinnia, vyp. 2, s. 17-24, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpdu_2015_2_5.
16. Mendel'son, L. A. (1959), Teoriia y ystoriia ekonomycheskykh kryzysov y tsyklov, pod red. E. S. Varhy, Yzd-vo sotsyal'no-ekonomycheskoj lyteratury, Moskva, 691 s.
17. Metodyka provedennia monitorynhu ta otsinky rezul'tatyvnosti realizatsii derzhavnoi rehional'noi polityky : Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 21.10.2015 r. №856, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/856-2015-%D0%BF#Text>.

Стаття надійшла до редакції 02 грудня 2021 року

УДК 339

Poliakova Ju. V.,

polyakova0909@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-8073-6186,

Researcher ID: F-8293-2019,

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

Shayda O. Y.,

shaydaoks@ukr.net, ORCID ID: 0000-0003-1666-0436,

Researcher ID: F-9712-2019

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Entrepreneurship and Environmental Examination of Goods, Lviv Polytechnic National University, Lviv

Yaremko S. A.,

sofia.yaremko@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-7058-9816,

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

FOREIGN INVESTMENTS AND EXPORT ACTIVITIES OF UKRAINE

Abstract. *The article is focused on the analysis of characteristics, problems and prospects of attracting and application of foreign investments in the economy of Ukraine. The importance of ensuring its positive impact on the export activities of domestic businesses is primarily considered. The peculiarities of the international investment market functioning in the conditions of globalization in the sphere of finance are presented. The role of transnational companies at the current stage of development of the international finance system is outlined. It is emphasized that direct foreign investments are one of the most desirable forms of long-term investments for our country. This results from its contribution to the implementation of powerful ambitious and large projects of industrial, technological and marketing purposes, which collectively determines the country's export opportunities in world markets. An analysis of the dynamics, geographical and sectoral structure of foreign direct investments in Ukraine is conducted. It was found that the largest foreign investors in our country are representatives of a small number of countries; the group of offshore investments is clearly traced in foreign capital; the sectoral structure of investments is dominated by areas focused on rapid payback and low technological effectiveness. The main problems in the development of export activity along with the modern factors that determined the processes of export activity of Ukraine in 2020 are considered. An econometric model of Ukraine's exports of goods and services dependence on foreign direct investments on the basis of current statistics for 2004-2020 is created. The study found that the impact of foreign direct investments on the development of Ukraine's export potential has already begun to manifest in domestic economy. At the same time, the need to further attract foreign investments into the economy of our country was emphasized. It is due to the priority of structural adjustment of the domestic industrial complex, enhancement of the country's export potential and implementation of strategies for overcoming the economy's dependence on energy imports.*

Key words: foreign investments, investment resources, financial globalization, foreign direct investments, export activity.

Полякова Ю. В.,

polyakova0909@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-8073-6186, Researcher ID: F-8293-2019,

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

Шайда О. Є.,

shaydaoks@ukr.net, ORCID ID: 0000-0003-1666-0436,

Researcher ID: F-9712-2019,

к.е.н., доцент, доцент кафедри підприємництва та екологічної експертизи товарів, Національний університет "Львівська політехніка", м. Львів

Яремко С. А.,

sofia.yaremko@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-7058-9816,

аспірантка, ДУ "Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України", м. Львів

ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ ТА ЕКСПОРТНА ДІЯЛЬНІСТЬ УКРАЇНИ

Анотація. Стаття присвячена аналізу характерних рис, проблем та перспектив залучення і використання іноземних інвестицій в економіці України передусім з огляду на важливість забезпечення їх позитивного впливу на експортну діяльність вітчизняних суб'єктів господарювання. Наведено особливості функціонування міжнародного інвестиційного ринку в умовах глобалізації у сфері фінансів. Окреслено роль транснаціональних компаній на сучасному етапі розвитку системи міжнародних фінансів. Наголошено, що прямі іноземні інвестиції для нашої країни виступають однією з найбільш бажаних форм довгострокових капіталовкладень, тому що вони сприяють реалізації потужних амбітних та великих проектів виробничого, технологічного, маркетингового призначення, що сукупно визначає експортні можливості країни на світових ринках. Проведено аналіз динаміки, географічної та галузевої структури прямих іноземних інвестицій в Україні. З'ясовано, що: найбільші іноземні інвестори в нашій країні є представниками невеликої кількості країн; у іноземному капіталі чітко простежується група офшорного інвестування; у галузевій структурі інвестицій домінують сфери, орієнтовані на швидку окупність та низьку технологічність. Розглянуто основні проблеми у розвитку експортної діяльності та визначено сучасні чинники, що визначили процеси експортної діяльності України у 2020 році. Побудована економетрична модель залежності показника експорту товарів та послуг України від надходження прямих іноземних інвестицій на основі сучасних статистичних даних за 2004-2020 рр. У результаті дослідження встановлено, що вплив прямих іноземних інвестицій на розвиток експортного потенціалу України в економіці нашої країни вже почав проявлятися. Водночас наголошено про необхідність подальшого залучення іноземних інвестицій в економіку України, що обумовлено пріоритетністю структурної перебудови вітчизняного промислового комплексу, нарощування експортного потенціалу країни, реалізацією стратегій подолання залежності економіки від імпорту енергоресурсів тощо.

Ключові слова: іноземні інвестиції, інвестиційні ресурси, фінансова глобалізація, прямі іноземні інвестиції, експортна діяльність.

JEL Classification: F10, F21

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2021-65-18>

Formulation of the problem. At the current stage of the global economy development, foreign direct investments remain an important form of international internationalization and economic cooperation. Flows of foreign direct investments are becoming global, countries and regions compete to attract investment resources to achieve the goal of a high level of socio-economic development in a rapidly growing global investment demand. Attracting foreign investment is consistent with the benefits and risks that exist in the host country. In such conditions, competitive advantages are obtained by those countries and regions that are able to offer more attractive, stable and optimal financial and economic mechanisms for regulating the movement of investment resources within the established national strategy for attracting foreign investment.

The issues of attracting and effective usage of foreign investments remain relevant for Ukraine, especially considering its use to stimulate the development of export potential. It is important to emphasize that Ukraine has consolidated its export specialization as a country that sells low-processed products on the world market. The prices of world market have the ability to fluctuate under the influence of a number of factors, which is negatively reflected in the country's export earnings.

Analysis of recent research and publications. The scientific works of many domestic and foreign scientists are dedicated to the study of foreign investment processes at the global and at the national economies level or regions. International analytical

organizations and rating agencies regularly conduct research on the investment attractiveness of territories, investment risk and rating positions of countries in the field of attracting and using foreign capital. Foreign investments as a factor of economic development of Ukraine are considered by M. Pashkevych, A. Pekhnyk, I. Chynytska, O. Sharov. R. Bilyk and S. Polishchuk are studying the transformation of our country's investment processes in the conditions of global financial instability. Peculiarities of the formation of investment climate in Ukraine are also considered as the subject of scientific research by domestic scientists, among them O. Burdylo, A. Gushcha, E. Mordan, Y. Shvets. Yu. Kolupaev, S. Zalyubovska, I. Melnychuk study the existing problems of attracting investment resources. Aspects of using foreign investments to intensify Ukraine's export activities with a preference for the production and sale on the world markets of goods with high added value remain relevant.

Setting objectives. The purpose of the article is to substantiate the impact of foreign direct investments on the development of Ukraine's export activities.

Presentation of the main research material. Globalization in the field of finance contributes to the ability of quick and effective financial resource attraction for the development of its own economy. At the same time, it determines the ability to act as a lever of influence. Financial globalization can not only revive investments, but also significantly slow down, channel them in a direction that does not always fully meet the established national priorities or interests.

Nowadays global business takes into account the level of efforts of entrepreneurs, politicians, financial institutions, educational centers and NGOs to form and implement a favorable ecosystem for doing business. The attitude of investors for decision-making directly depends on strategic factors that have an impact on business development. It is, in particular, the ability to attract qualified personnel and identify areas of staff development and education [1].

Attracting foreign investments is consistent with the benefits and risks that exist in the host country. Today, the global economy reveals the essence of investment policy as the revival of cooperation with foreign investors, regulation of economic, political and social activities, control over the market [2, p. 37]. The number of positive aspects are observed in Ukraine, such as liberalization of currency legislation, stability of the national currency, reducing inflation, continuing dialogue with the IMF. Unfortunately, old problems remain – distrust of the judiciary, political and economic turbulence [3]. In the meantime, the shadow economy, lack of incentives, lack of operational market information and low level of cooperation with investors constrain the attraction of foreign investments [4, p. 34-35].

Transnational companies play an important role at the present stage of development of the international finance system and economic relations in general. The vast majority of foreign direct investments is invested and controlled by these companies. It is justified by the liberalization of regulation of foreign direct investments in most countries around the world within the general trend of intensifying policies to encourage the development of market relations.

The investment market of Ukraine is represented by such multinational corporations as Coca-Cola, Hewlett-Packard, Samsung, Nestle, Nokia, Toyota, Metro Cash & Carry, British American Tobacco, as well as powerful FMCG companies that produce goods for everyday use and daily demand (food, beverages, cosmetics, household chemicals). Coca Cola, Volkswagen, Panasonic, Sony and some others entered the Ukrainian market with initial investments. Despite

this most of these companies concluded comprehensive agreements regarding merger and acquisition processes. If the socio-economic situation becomes unstable, such processes reduce the vulnerability of enterprises and contribute to the qualitative reorganization and modernization of existing production processes. Also, increase the competitiveness of the economy and products along with employment [5, p. 25].

Foreign direct investments are one of the most desirable forms of long-term investments, because its contribute to the implementation of powerful ambitious and large projects of industrial, technological and marketing purposes. In addition, the country's economy receives new technical solutions, modern practices of corporate governance and others.

Foreign direct investments in Ukraine's economy demonstrated an increase due to the direct participation of private equity investor in capital formation, in particular for the period from January to June 2021 by 2.7 billion US dollars (of which 2.3 billion dollars – reinvested earnings of direct investors). Such inflows of foreign direct investments were determined primarily by reinvested earnings received by foreign investors. At the same time, excluding the investor's reinvested earnings, investments in the capital of direct investment enterprises (\$ 430 million) were clearly insufficient even to compensate for the outflow of direct investors' funds through debt instruments (\$ -460 million). It will be recalled that reinvested earnings mean the share of investors in retained earnings or losses of the enterprise. It is calculated on the basis of net operating income in accordance with the share of foreign investors in the share capital.

In compliance with official statistical sources, the inflow of foreign direct investments for 10 months of 2020 amounted to only \$ 220 million dollars (for comparison: in 2019 – \$2.5 billion). Note that in 2018, the net inflow of foreign direct investment in Ukraine amounted to \$2.4 billion.

Table 2.1

Foreign direct investments in Ukraine in 2020 (million USD)

2020	FDI in Ukraine		FDI from Ukraine	
1 quarter	-1549	-3117	11	-637
2 quarter	1255	2804	3	-8
3 quarter	-49	-1304	48	45
4 quarter	-525	-476	20	-28
in a year	-868		82	

According to: [6]

Foreign direct investments in Ukraine from 2002 to 2021 (million USD)

Years	FDI in Ukraine		FDI from Ukraine	
2002	693		-5	
2003	1424	731	13	18
2004	1715	291	4	-9
2005	7808	6093	275	271
2006	5604	-2204	-133	-408
2007	9891	4287	673	806
2008	10913	1022	1010	337
2009	4816	-6097	162	-848
2010	6495	1679	736	574
2011	7207	712	192	-544
2012	8401	1194	1206	1014
2013	4499	-3902	420	-786
2014	410	-4089	111	-309
2015	-458	-868	-51	-162
2016	3810	4268	16	67
2017	3692	-118	8	-8
2018	4455	763	-5	-13
2019	5860	1405	648	653
2020	-868	-6728	82	-566
2021	2836	3704	41	-41

According to: [6]

Considerable proportion of investments comes from the Netherlands, Cyprus, the United Kingdom and Germany. Experts explain that a separate share of foreign direct investments may actually be so-called "circular", which first belonged to domestic entities, and then returned to Ukraine through financial centers. It is important for Ukraine to attract investments from EU member states, as the operation of the Association Agreement between Ukraine and the EU implies close cooperation and adaptation of European standards. Nowadays almost 77% of the EU's economy is involved in Ukraine's one. However, the barrier for European investment admission is primarily strong competition from Poland, Hungary, the Czech Republic and the Baltic States. All of them are located much closer to the territorial boundaries of the EU and are determined by the so-called "cultural kinship" [7, p. 167].

Ukrainian scientists noted that attracting investments would solve the issue of structural reform of the economy, increasing the competitiveness of products and enterprises, the transition to an innovative model of development. Those issues have already been resolved in Poland by attracting foreign capital [8, p. 28].

In the sectoral context, the largest volumes of foreign direct investments are attracted to the processing industry of Ukraine, trade, and real estate. After close observation of such geographical and sectoral structure of foreign investments in Ukraine's economy, it can be stated that offshore investments displace the invest-

ments of developed countries from the domestic economy and provide mostly quantitative indicators of foreign direct investments growth, rather than qualitative processes. Most investors are willing to invest in manufacturing and trade, where costs pay off quickly and there are low commercial risks. Among the popular industries that do not require long-term investments and the development of new technologies are the financial sector and the real estate sector. Such a structure does not allow full integration into global value chains and does not strengthen the country's competitive position in world markets [9].

German advisory group research demonstrates that companies with foreign investments are more efficient than purely domestic ones. In view of this, it is reasonable to attract foreign investments to overcome the technological gap and intensify innovation. According to research, the average Ukrainian company with foreign investments produces 11 times more products than the average domestic one. Also, in the non-financial sector there are only 4.6% of enterprises with foreign investments. Those enterprises employ 20.4% of all employees in the sector, producing 34.9% of total gross value added. Labor productivity is higher in enterprises with foreign direct investments. It also contributes to higher wages in enterprises that offer 57% higher wages per employee [10].

The urgency of attracting foreign investments for Ukraine is confirmed by the following preconditions:

local shortage of national capital, the need to modernize domestic enterprises and attracting high technology. Despite the fact that government agencies, academia and all stakeholders have been working on this issue throughout the period of independence, a number of laws and regulations have been adopted. At present, the results of attracting investments remain disappointing, and powerful European or Western investors are very cautious about investing in Ukraine's economy.

At present, Ukraine's economy continues to be export-oriented, with the characteristics of diversification. The current involvement of our country in the world commodity market has a pronounced resource character, as the largest component of domestic exports is agricultural products.

According to the results of 2020, the total volume of exports of goods and services from Ukraine amounted to \$59.0 billion. Exports of goods and services in 2020 compared to 2019 decreased by \$5,008.3 million. Export deliveries took place to 199 countries. During the same period, exports of goods amounted to \$ 49.2 billion. It should be pointed out that in comparison with 2019 export of the goods in 2020 decreased by 1,7%.

Factors that determined the processes of Ukraine's export activity in 2020 [11]:

1. Deployment of COVID-19 internationally, which led to significant transformations in the life processes of almost all states.

2. Falling business activity of industrial enterprises and declining production in countries where a number of measures have been introduced against the spread of the COVID-19 pandemic. It contributed to a global decline in consumer and industrial demand and falling prices in world commodity markets.

3. Strong raw material orientation of domestic exports and significant dependence of Ukrainian enterprises on foreign markets.

4. Continuation of Russia's aggression in the field of foreign trade (embargo, restrictions on supplies to

the Russian market of domestic goods, ban on transit of goods of Ukrainian origin).

5. Systemic issues in the intensification of foreign economic activity (export refunds, customs and tax regulation).

It is also important to investigate the extent to which Ukraine's export opportunities depend on the inflow of funds into the economy from abroad. There was created an econometric model of the dependence of the indicator of exports of goods and services of Ukraine on the inflow of foreign direct investments. Data for the period 2004-2020 were used to build the model. The linear regression model reflects the dependence of Ukraine's exports on the volume of foreign direct investments:

$$Y = 29764.39 + 0.6 X, (1)$$

where Y - exports of goods and services,

X - foreign direct investment.

The intensity of the relationship between the variables included in the linear regression model is measured by a correlation coefficient of 0.69, which indicates the presence of a noticeable direct relationship between those variables. Checking the reliability of the regression model and the correlation coefficient based on Fisher's criterion provides grounds to conclude that the model is adequate, because the observed value of F-statistics 13.52 is greater than the table at 0.01. The independent variable included in the model is statistically significant (t-statistics value 5.2). Darbin-Watson statistics recorded the calculated value of DW = 1.55, which was compared with the critical statistical values for $\alpha = 0.01$, $p = 1$ and $n = 17$; $d1 = 0.874$ and $d2 = 1.102$. Therefore, the hypothesis of no autocorrelation of residues is acceptable. Thus, the impact of foreign direct investments on the development of Ukraine's export potential has already begun to manifest in the economy.

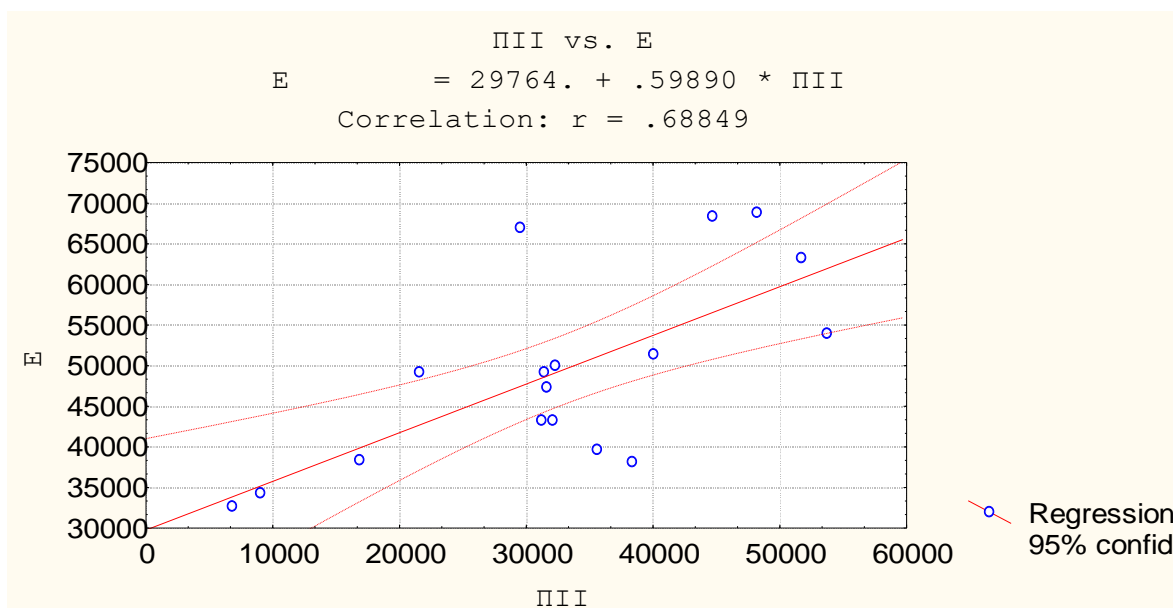


Fig. 1. Dependence of exports of goods and services of Ukraine on the volume of foreign direct investments

The National Strategy for Increasing Foreign Direct Investments in Ukraine was developed by the international company EY together with domestic partners (Office of the National Investment Council, Ministry of Economy of Ukraine and Office for Attracting and Supporting Investments UkraineInvest) in accordance with the request of the Ukrainian Government” [12]. This program document provides thorough recommendations on the prospects for the development of priority industries and areas to attract investment and justify appropriate ways to increase the inflow of foreign direct investments in Ukraine. This document is designed primarily as a signal for the international investment community and domestic institutions, whose main activities are focused on investment resources.

However, the need for further attraction of foreign investments in the Ukrainian economy of is due to the following:

- the importance of continuing the optimization processes of structural adjustment of the domestic industrial complex;
- promoting the achievement of a high technical and technological level of production based on the application and implementation of modern innovative solutions, technologies and inventions;
- motivation to increase the volume of use and increase the export potential of the country;
- implementation of developed strategies to overcome the strong dependence of the economy on energy imports;
- the use of local natural resources, raw materials and components on a joint venture basis.

Conclusions and prospects for further research in this area. In practice, the vast majority of decisions on foreign direct investments or investment projects are based on various motives, taking into account various criteria. The volume of attracted foreign investments indicates about the degree of integration of the country into the world economy, the formed system of foreign economic relations, the openness of the economy and the level of investment attractiveness.

The conducted analysis delineates that the largest foreign investors are from a small number of countries; the group of offshore investments is clearly traced in foreign capital; the sectoral structure of investments is dominated by areas focused on rapid payback and low manufacturability; the volume of accumulated investment resources has decreased significantly in recent years, which shows the caution of investors and willingness to leave the market quickly under any adverse conditions; technology-leading countries mostly bypass domestic investment.

There are important measures to optimize and increase flows and improve the structure of foreign direct investments in the economy of Ukraine. Those measures aimed at developing export activities of domestic entities, which involves their technological renewal, involvement in international value chains and usage of existing foreign trade networks.

ЛІТЕРАТУРА

1. Кершис О., Гош О. Про що говорять інвестори. URL: <https://business.ua/strategies/6719-pro-shcho-govoryat-investori>.
2. Мордань С. Ю., Гуца А. В. Інвестиційний клімат України та шляхи його поліпшення. Інвестиції: практика та досвід. 2017. № 17. С. 33-38.
3. Інвестиційний клімат в Україні погіршився. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/news/investitsionnyu-klimat-ukraine-uhudshilsya-1562068811.html>.
4. Мельник О. І., Мельник А. Г., Малиш Л. Б. Іноземні інвестування як фактор розвитку аграрного сектора України. Інвестиції: практика та досвід. 2019. №2. С. 32-37.
5. Воскобоева О. В., Ромащенко О. С. Транснаціональні корпорації в умовах глобалізації економіки України. Бізнес Інформ. 2021. №1. С. 21-27.
6. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: <https://minfin.com.ua/ua/invest>.
7. Швець Ю. О., Бурдило О. В. Оцінка інвестиційного клімату в Україні: стан, проблеми та шляхи його поліпшення. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2017. Вип. 12. Ч.1. С. 165-168.
8. Колупаєв Ю. Б., Залюбовська С. С., Мельничук І. О. Проблеми залучення інвестиційних ресурсів в економіку України. Інвестиції: практика та досвід. 2018. №8. С. 26-29.
9. Маркевич К. Хто і як інвестує в Україну. URL: <http://razumkov.org.ua/statti/khto-i-ia-k-investuie-v-ukrainu>.
10. Олешко Т. І., Козел А. М. Особливості залучення іноземних інвестицій в економіку України. Електронний журнал “Ефективна економіка”. 2019. № 4. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2019/6.pdf.
11. Інфографіка Експорт України у 2020 році. URL: <https://www.me.gov.ua>.
12. Презентовано Стратегію залучення прямих іноземних інвестицій в Україну. URL: <http://www.nicouncil.org.ua/uk/2020-04-14-07-51-43/293-prezentovano-stratehiii-zaluchennia-priamykh-inozemnykh-investytsii-v-ukrainu.html>.

REFERENCES

1. Kershys O. and Hosh O. Pro scho hovoriat' investory, available at: <https://business.ua/strategies/6719-pro-shcho-govoryat-investori>.
2. Mordan', Ye. Yu. and Huscha, A. V. (2017), Investytsijnyj klimat Ukrainy ta shliakhy joho polipshennia, Investytsii: praktyka ta dosvid, № 17, s. 33-38.
3. Investytsijnyj klimat v Ukraini pohirshyvsia, available at: <https://www.rbc.ua/ukr/news/investitsionnyu-klimat-ukraine-uhudshilsya-1562068811.html>.
4. Mel'nyk, O. I. Mel'nyk, A. H. and Malys, L. B. (2019), Inozemni investuvannia iak faktor rozvytku ahrarnoho sektora Ukrainy, Investytsii: praktyka ta dosvid, №2, s. 32-37.
5. Voskoboieva, O. V. and Romaschenko, O. S. (2021), Transnatsional'ni korporatsii v umovakh

hlobalizatsii ekonomiky Ukrainy, *Biznes Inform*, №1, с. 21-27.

6. Ofitsijnyj сайт Ministerstva finansiv Ukrainy, available at: <https://minfin.com.ua/ua/invest>.

7. Shvets', Yu. O. and Burdylo, O. V. (2017), Otsinka investytsijnogo klimatu v Ukraini: stan, problemy ta shliakhy joho polipshennia, *Naukovyj visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu*, vyp. 12. Ch.1., s. 165-168.

8. Kolupaiev, Yu. B. Zaliubovs'ka, S. S. and Mel'nychuk, I. O. (2018), Problemy zaluchennia investytsijnykh resursiv v ekonomiku Ukrainy, *Investytsii: praktyka ta dosvid*, №8, s. 26-29.

9. Markevych K. Khto i iak investuie v Ukrainu, available at: <http://razumkov.org.ua/statti/khto-i-iak-investuie-v-ukrainu>.

10. Oleshko, T. I. and Kozel, A. M. (2019), Osoblyvosti zaluchennia inozemnykh investytsij v ekonomiku Ukrainy, *Elektronnyj zhurnal "Efektyvna ekonomika"*, № 4, available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2019/6.pdf.

11. Infografika Eksport Ukrainy u 2020 rotsi, available at: <https://www.me.gov.ua>.

12. Presentovano Stratehiiu zaluchennia priamykh inozemnykh investytsij v Ukrainu, available at: <http://www.nicouncil.org.ua/uk/2020-04-14-07-51-43/293-prezentovano-stratehiiu-zaluchennia-priamykh-inozemnykh-investytsii-v-ukrainu.html>.

Стаття надійшла до редакції 21 листопада 2021 року

УДК 338.1 : 339.Зекономічних

Сокурєнко С. В.,
solomiya.sh@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-1459-5562,
аспірант, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

МАКРОЕКОНОМІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КРИЗОВИХ ЯВИЩ В УКРАЇНІ

Анотація. У статті проведено порівняльний аналіз перебігу кризових явищ останніх двох десятиліть в Україні. Багато науковців стверджують, що деструктивний вплив пандемії COVID-19 пояснюється “паралічем” більшості сегментів світової економіки та зростанням невизначеності щодо майбутнього розвитку подій, що могло створити спад виробництва на зразок “великої депресії” 1929-2033 рр. Попри відмінності у засадничих причинах для макроекономічної дестабілізації та способах проведення стабілізаційної політики, кризові явища 2008-2009, 2014-2015 та 2020-2021 рр. мають подібні риси в обох аспектах – динаміки відносних цін і обсягів виробництва. Відповідний аналіз проведено за даними, що охоплюють період за 4 квартали до початку кризових явищ та 8 кварталів після їх початку. Прогнози для періоду 2021Q2-Q4 для показників валового внутрішнього продукту (ВВП), промислової продукції, аграрного виробництва, роздрібно-товарообігу, сальдо поточного рахунку і окремих макроекономічних індикаторів зроблено за допомогою автоматичної процедури ARIMA(n,m). Основні результати проведеного аналізу можна підсумувати так: а) на досягнення передкризового рівня ВВП потрібно більше ніж 8 кварталів, б) відновлення економіки після пандемії COVID-19 видається достатньо оперативним, головним чином завдяки відчутному поліпшенню умов торгівлі, в) незалежно від походження (внутрішнє чи зовнішнє) кризові явища супроводжуються тимчасовим зниженням РОК.

Ключові слова: економічна криза, COVID-19, стабілізаційна політика, реальний обмінний курс, Україна.

Sokurenko S. V.,
solomiya.sh@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-1459-5562,
Postgraduate, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

MACROECONOMIC CRISIS DEVELOPMENTS IN UKRAINE

Abstract. Our research is focused on the architecture of crisis developments in Ukraine. Many scientists claim that the destructive impact of the COVID-19 pandemic is due to the “paralysis” of most segments of the world economy and growing uncertainty about future developments, which could create a decline in production such as the “Great Depression” of 1929-2033. Since 2008, the economy of Ukraine has experienced three recessions of different origin and heterogeneous stabilization policy responses. However, crisis developments of 2008-2009, 2014-2015 and 2020-2021 share important similarities in respect to dynamics of relative prices and sectoral output. Comparative analysis of crisis developments includes periods starting at 4 quarters before the crisis and lasting for 8 quarters after the crisis starts. Forecasts for the 2021Q2-Q4 period of the gross domestic product (GDP), industrial production, agrarian production, retail trade turnover, the current account balance and macroeconomic policy indicators are made with the ARIMA(n,m) automatic procedure. Our main findings may be summarized as follows: (a) it takes more than 8 quarters for GDP to recover, (b) it seems that the recovery from the COVID-19 pandemic is relatively rapid, mainly due to a steep improvement in the terms-of-trade, (c) regardless of the origin, i.e., domestic or external, crisis developments are followed by a temporary real exchange rate depreciation.

Key words: economic crisis, COVID-19, stabilization policy, real exchange rate, Ukraine.

JEL Classification: C22, E27, E32, F31

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2021-65-19>

Постановка проблеми. У розпал пандемії COVID-19 її наслідки вважалися навіть більш руйнівними, ніж під час попередньої фінансової кризи 2008-2009 рр. [1; 3]. Загалом це відповідає доволі песимістичним прогнозам зарубіжних експертів. Приміром, експерти ООН передбачали, що втрати ВВП у світовій економіці в 2020-2021 рр. становитимуть 8,5 трлн доларів, що дорівнює приросту доходу впродовж чотирьох передкризових років

[14]. Залишається високою ймовірність дуже повільного відновлення економіки, яке стримуватиметься акумуляцією значного державного боргу, а у багатьох країнах, що розвиваються, до того ж зменшенням надходжень від працюючих за кордоном. Якщо обсяги промислового виробництва і зовнішньої торгівлі відновлюються досить динамічно, сектор послуг залишається анемічним, передусім із міркувань стагнації міжнародного туризму [10].

Експерти МВФ песимістично стверджують, що чимало проблем найближчого десятиліття виглядатимуть як більш екстремальні варіанти тих труднощів, які спостерігаються під час пандемії COVID-19 [9, pp. 26-29].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Деструктивний вплив пандемії COVID-19 пояснюється “паралічем” більшості сегментів світової економіки та зростанням невизначеності щодо майбутнього розвитку подій, що могло створити спад виробництва на зразок “великої депресії” 1929-2033 рр. [14]. Особливостей кризових явищ під час пандемії COVID-19 відразу декілька: колапс інвестицій, причому наприкінці декади, що без того характеризувалася слабкістю інвестиційного процесу, стрімке збільшення державного боргу [10], переважання негативних шоків з боку сукупної пропозиції [7], а також відсутність чіткого розуміння природи коронавірусу та зростаючий вплив дезінформації [9, pp. 26-29]. Якщо під час попередньої фінансової кризи 2008-2009 рр. засобів стимулювання попиту за допомогою фіскальної і монетарної політики виявилось достатньо для стабілізації економіки, то в 2020 р. головною проблемою стала дестабілізація ланцюгів постачання, а вже згодом додалося зменшення сукупного попиту [7]. За таких умов реакції центральних банків і національних урядів недостатньо для подолання кризових явищ. Для європейських країн додаткові проблеми створює необхідність попередження майбутнього фінансового колапсу та соціально-економічних асиметрій [4, с. 25-32].

Відновленню економік багатьох країн перешкоджатимуть слабкість фінансового сектора та проблеми з акумуляцією фізичного і людського капіталу, що знижуватиме рівень деякого рівноважного (або “природного”) рівня доходу [10]. Подолання спаду виробництва передбачається нерівномірним у розрізі окремих країн [6; 8; 11; 13]. Для уникнення зростаючих диспропорцій, зокрема між країнами Північної і Південної Європи, пропонується зберегти фіскальні стимули, але поступово змінити акценти на користь заохочення інвестицій та підвищення ефективності ринків капіталу [5]. Країнам із нижчим рівнем доходу важливо враховувати можливі ризики від нестабільності потоків капіталу [13]. Як зауважено для країн Латинської Америки, багато залежатиме від здатності використати переваги глобальних ланцюгів постачання (*англ.* global value chains) [12]. Швидше відновляться сектори з високою продуктивністю праці, а це вимагає збільшення ефективних інвестицій у розвиток якісної інфраструктури, що здатна створити значні сприятливі ефекти для решти економіки.

Постановка завдання. Метою даної статті обрано порівняльний аналіз перебігу кризових явищ в Україні під час пандемії COVID-19 та двох попередніх фінансових криз 2008-2009 і 2014-2015 рр.

Викладення основного матеріалу дослідження. У першому наближенні корисні аналогії

створює порівняння ситуації у передкризовому 2019 р. – на початку 2020 р. з кризовими явищами минулих років. На рис. 1 представлено траєкторію основних макроекономічних показників під час двох попередніх фінансових криз 2008-2009 рр. та 2014-2015 рр., а також напередодні минулорічного карантину в зв’язку з пандемією COVID-19 (весна 2020 р.). Розглядаються відповідні індекси за період від 4-х кварталів перед початком кризових явищ до 8-ми кварталів після їхнього початку. За початок відліку кризових явищ обрано III кв. 2008 р., I кв. 2014 р. та I кв. 2020 р. відповідно.

Виразно помітно, що докризовий ВВП у 2019 р. повторює траєкторію 2013 р., коли спостерігалася сповільнення економічної динаміки. Це відрізняє від кризових явищ 2008-2009 рр., яким передувало економічний бум. Хоча у I кв. 2020 р. відбулося досить значне зниження ВВП, надалі цей показник досить оперативно відновився. Станом на осінь 2021 р. немає загрози переходу до нижчої L-подібної траєкторії економічного зростання, як це відбувалося під час двох попередніх криз, але так само не варто сподіватися на близьке відновлення високого темпу зростання ВВП. Прогноз за допомогою автоматичної процедури ARIMA(n,m) показав, що до кінця 2021 р. вітчизняний ВВП залишатиметься нижче передкризового рівня. Втім, V-подібне відновлення вітчизняного ВВП зразка 2020-2021 р. більш оптимістичне, ніж це передбачалося влітку 2020 р. [2, с. 57-64].

Ситуація виглядає кращою для промисловості, адже передкризовий спад зразка другої половини 2019 р. не поглибився під час пандемії COVID-19. Висловлювалися сподівання, що до кінця 2021 р. промислове виробництво досягне значень на початок 2019 р. Загалом це не суперечить минулорічним прогнозам [2, с. 57-64]. Під час двох попередніх фінансових криз відновлення промислового виробництва відбувалося набагато повільніше і супроводжувалося переходом до нижчого рівноважного тренду.

В іншому секторі – аграрному – відновлення обсягів виробництва виглядає нерівномірним, але зі зростаючим трендом. Загалом це нагадує події 2008-2009 рр., але з гірших вихідних позицій. Немає побоювань щодо спаду виробництва, як це сталося в 2014-2015 рр., коли частково відбулася корекція передкризового буму, а додаткові труднощі було створено надмірною девальвацією гривні у розпал посівної кампанії та початку бойових дій на Донбасі. На сьогодні відновленню обсягів аграрного виробництва сприяє кон’юнктура світових ринків для аграрної продукції (подібно до оперативного відновлення світових цін на аграрну сировину в 2009-2010 рр.) та відсутність значних коливань обмінного курсу.

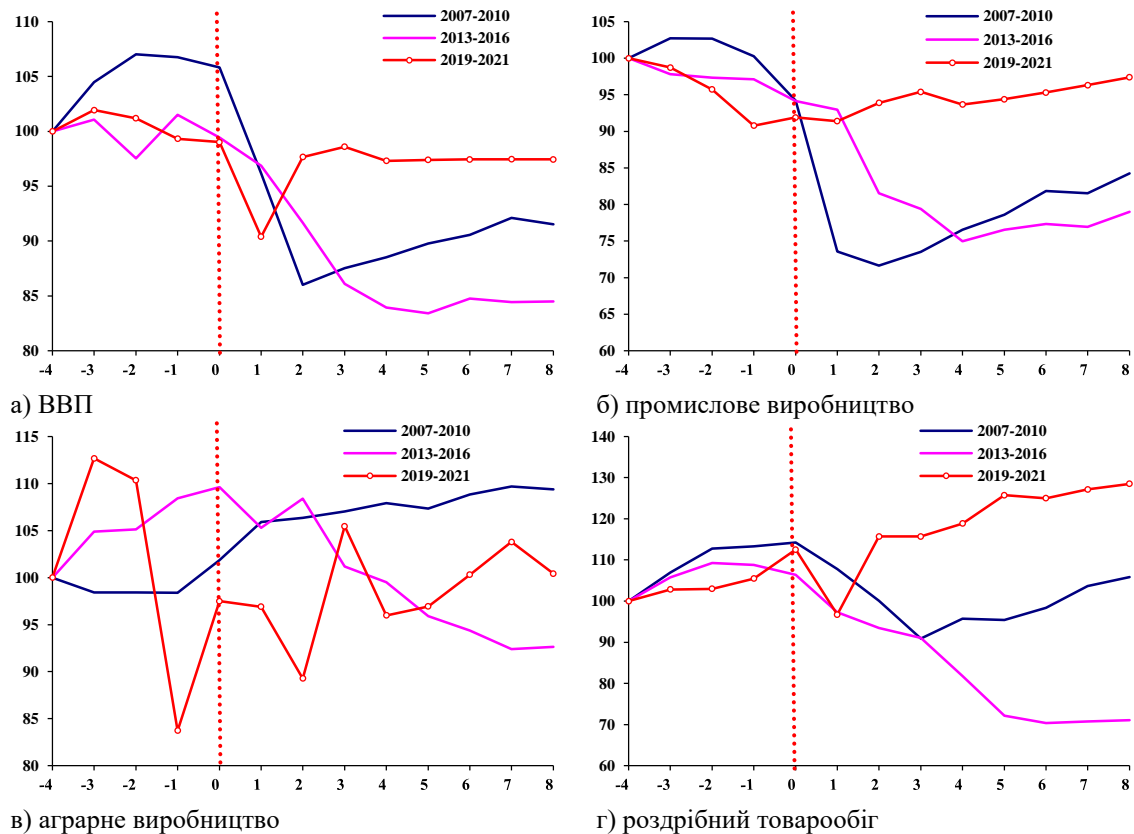


Рис. 1. Перед- і післякризова динаміка основних макроекономічних показників

Примітка: тут і далі динаміку кожного з квартальних показників подано у проекції на значення за 4 квартали до початку кризових явищ; післякризовий період охоплює 8 кварталів. Прогнози на 2021Q2-Q4 отримано за допомогою автоматичної процедури ARIMA(n,m) у програмі EViews 10.1.

Джерело: розраховано за даними Держкомстату

Найбільш оптимістично виглядає динаміка роздрібно-го товарообігу (рис. 1г). Якщо попередні дві кризи характеризує значне зменшення обсягів роздрібно-го товарообігу (в реальному вимірі), передусім це стосується періоду 2014-2015 рр., то у 2020 р. цей показник оперативно відновився і вже до кінця року перевершив докризовий рівень, що відповідає оптимістичним прогнозам із літа 2020 р. [2, с. 57-64]. Основних пояснень декілька. По-перше, не відбулося значного зменшення надходжень від працюючих за кордоном, що підтримало купівельну спроможність домашніх господарств. За даними НБУ, в 2020 р. надходження від працюючих за кордоном перевищили 12 млрд доларів. По-друге, припинення закордонного туризму не лише призвело до значного зменшення попиту на іноземну валюту і сприяло стабілізації обмінного курсу гривні (це підтримало купівельну спроможність осіб із доходами в національній грошовій одиниці), але й підвищило попит на внутрішній туризм. По-третє, не відбулося звичної для попередніх двох криз “втечі” капіталу за кордон. Значною мірою це пояснюється побоюваннями щодо можливої конфіскації активів, які матеріалізувалися після початку судових позовів у США проти І. Коломойського (червень 2019 р.), а останнім часом лише посилюються оголошенням глобальної антикорупційної стратегії нової Адміністрації президента США Д. Байдена. Подібно до

двох попередніх криз нинішня траєкторія відновлення роздрібно-го товарообігу залежатиме від здатності стримати інфляцію та запобігти значній девальвації гривні. Схоже, що відповідні загрози усвідомлено керівництвом НБУ, яке з весни 2021 р. відійшло від попередньої політики штучного заниження обмінного курсу, яке істотно підсилює інфляційні процеси.

Макроекономічні фундаменти. Зазвичай перебіг кризових явищ істотно залежить від якості економічної політики у передкризовий період. Порівнюючи з передкризовим періодом 2007-2008 рр., безумовно перевагою нинішньої ситуації є низька інфляція (рис. 2а), якої досягнуто за умов плаваючого обмінного курсу гривні. Останнє відрізняє від періоду 2012-2013 рр., коли низька інфляція була наслідком штучного підтримання стабільності обмінного курсу гривні за рахунок валютних резервів НБУ. Проте за підсумком вересня 2021 р. інфляція прискорилося до 11%, що вимагає корекції монетарної політики за лекалами успішних 2017-2018 рр. та скорочення дефіциту бюджету.

Найбільша відмінність кризових явищ 2020-2021 рр. полягає у тому, що передкризове від’ємне сальдо поточного рахунку оперативно змінилося переходом до додатного сальдо цього показника (рис. 2б). Виглядало найімовірнішим, що перевищення експорту над імпортом збережеться до кінця

2021 р. Під час попередніх двох фінансових криз поліпшення сальдо поточного рахунку відбувалося досить повільно, що не сприяло профілактиці очікувань девальвації гривні, тим паче на тлі відпливу капіталу. Хоча з початком пандемії COVID-19 приплив капіталу припинився, як це відбувалося під час двох попередніх кризових явищ, надалі не відбулося стандартного у таких випадках відпливу капіталу. З іншого боку, в нинішній ситуації немає підстав для відновлення припливу капіталу, як це відбувалося в минулому.

Поліпшенню сальдо поточного рахунку сприяло значне поліпшення умов торгівлі (рис. 2г), які визначено співвідношенням світових цін на метали (експорт) і сиру нафту (імпорт). Хоча до середини 2021 р. умови торгівлі поступово погіршуються, цей показник залишається значно кращим, ніж у перші 8 кварталів після початку двох попередніх криз. Зрозуміло, що кращі умови торгівлі слугують підвищенню довіри до української економіки і в такий спосіб підтримують оптимізм споживачів та інвесторів (меншою мірою).

Кризові явища 2019-2020 рр. не відрізняються від попередніх фінансових криз у тому, що передкризове завищення реального обмінного курсу (РОК) щодо деякого рівноважного тренду змінилося пропорційним заниженням цього показника у післякризовий період (рис. 3б). Втім, у всіх випадках таке заниження виявилось тимчасовим. Подібно до попередніх кризових явищ в 2020 р. відбулося

зниження обмінного курсу гривні, але на тлі нестабільності обмінного курсу, що відповідає логіці плаваючого обмінного курсу, як це практикується з весни 2014 р. (рис. 3а).

Виразна особливість економічної політики 2020-2021 рр. полягає у тому, що з початком кризових явищ відбувся перехід до експансійної монетарної політики. У IV кв. 2020 р. темп зростання грошового агрегата М3 зріс до 32%, тоді як у передкризовому IV кв. 2019 р. цей показник становив 13% (рис. 3в). Це трохи нижче показника IV кв. 2013 р., проте надалі в 2014-2015 рр. темп зростання грошової маси незначно знижувався. Специфіка 2007-2008 рр. полягає у тому, що напередодні кризових явищ спостерігалось екстремально високе зростання грошового агрегата М2, яке вже під час глибокого спаду виробництва коригувалося у бік зниження. Зрозуміло, що надмірна грошова емісія створювала передумови для ажіотажного попиту на гривню та її стрімкого знецінення. Приблизно через 5-6 кварталів темп зростання знижується практично до нуля. В другій половині 2021 р. очікувалося зменшення пропозиції грошової маси. Проте навіть за таких умов до кінця 2021 р. прогнозувалося, що грошовий "навіс" збережеться на рівні 4-5%. Для порівняння: в 2010 і 2015 рр. пропозиція грошової маси була меншою від рівноважного значення.

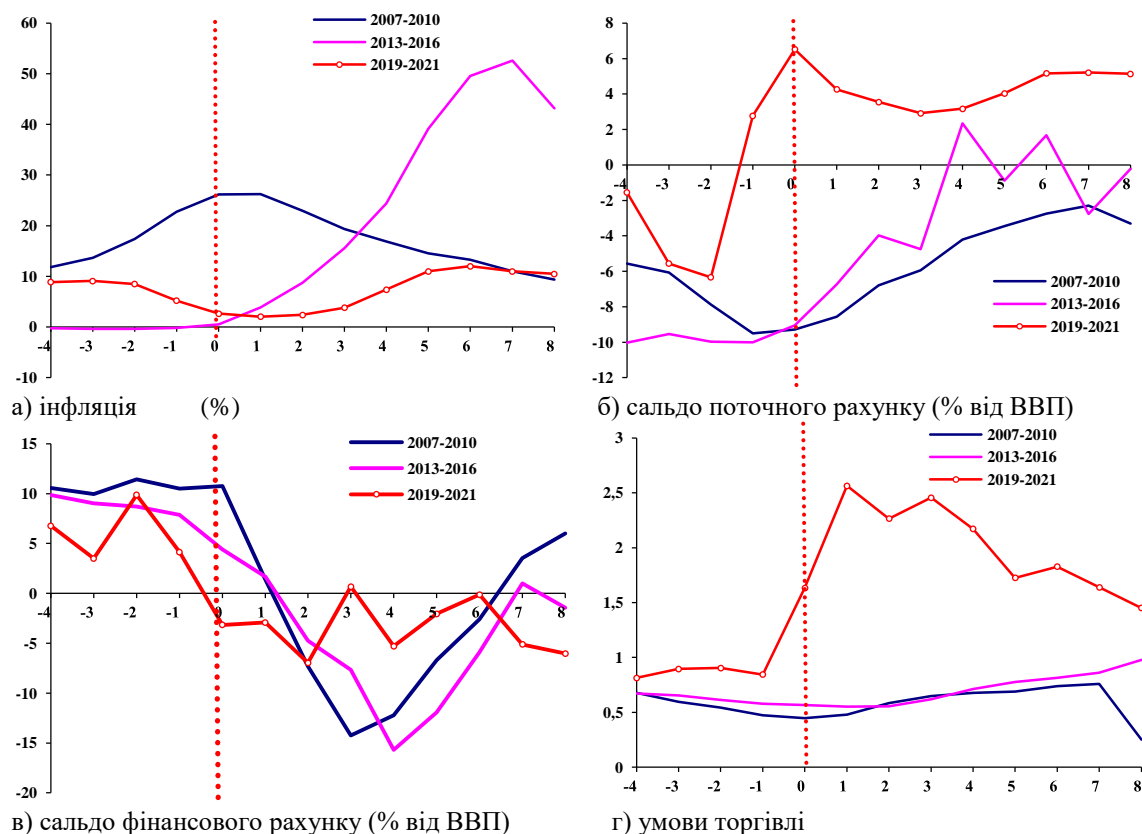


Рис. 2. Перед- і післякризова динаміка вибраних макроекономічних показників

Джерело: розраховано за даними Держкомстату та довідкового видання МВФ *International Financial Statistics*

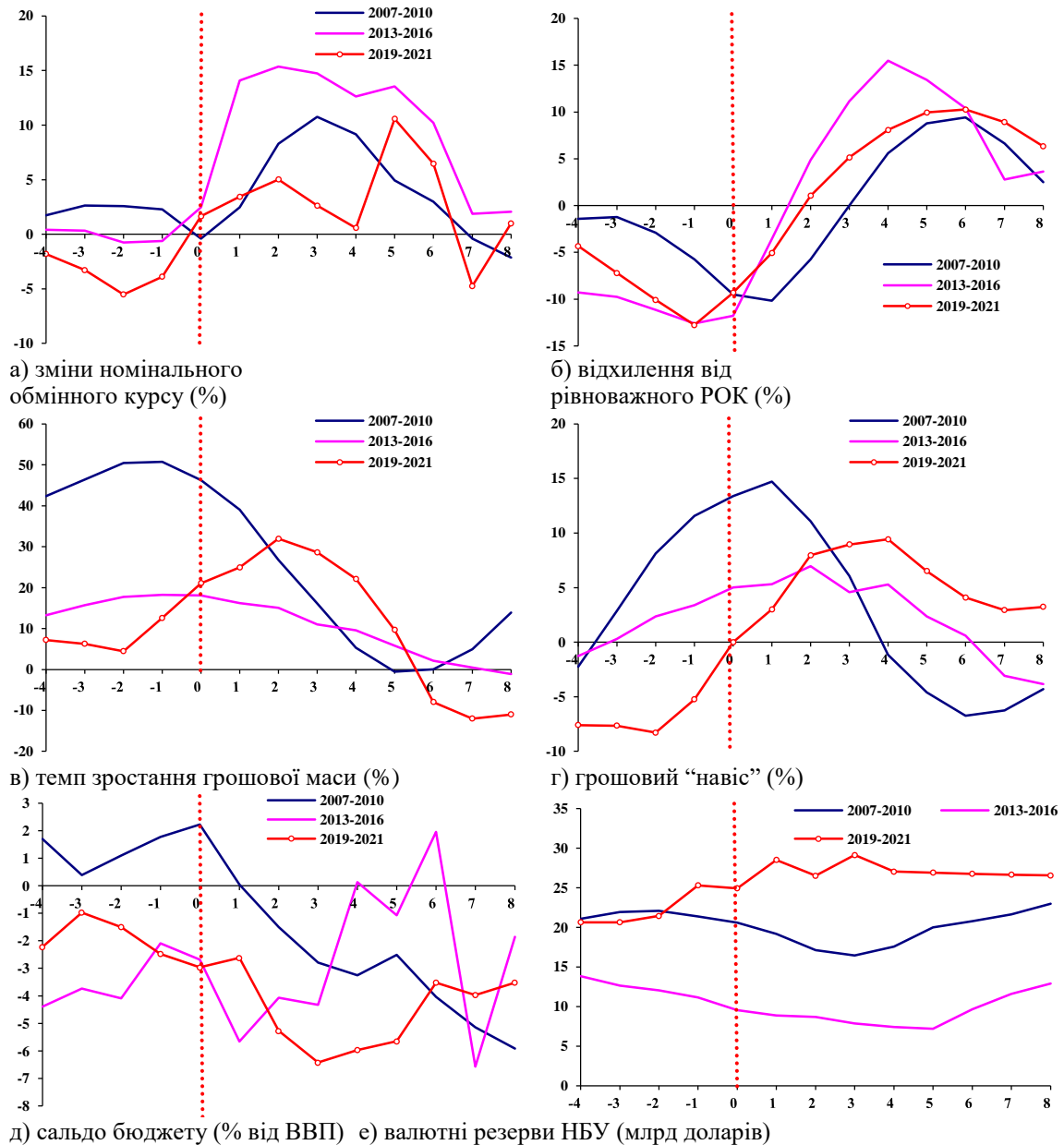


Рис. 3. Макроекономічні фундаменти економіки України у перед- та післякризовому контексті

Джерело: розраховано за даними Держкомстату та довідкового видання МВФ *International Financial Statistics*

Станом на березень 2020 р. збільшення грошової маси на 23% теж виглядає надмірним, але цьому передував тривалий період поміркованої грошової емісії, так що немає підстав для значного надлишку грошової маси (рис. 3г), а відповідно – підстав для надмірного знецінення гривні, як це раніше спостерігалось в 2008-2009 і 2014-2015 рр. Водночас можна помітити, що обидві попередні кризи супроводжувалися обмеженням пропозиції грошової маси на віддалену перспективу.

Ще один фактор підвищеного ризику – це сальдо бюджету. Нинішні передкризові показники кращі, ніж в 2013 р., але гірші, ніж у 2008 р. (рис. 3д). Якщо у 2009-2010 рр. значний передкризовий “запас міцності” дозволяв антикризове стимулювання економіки за допомогою дефіциту бюджету (також цьому сприяв низький обсяг внутрішнього і зовнішнього державного боргу), то в 2014-2015 рр. стали

необхідними заходи щодо контрастного поліпшення сальдо бюджету. На сьогодні все виглядає на те, що можливостей значного збільшення дефіциту бюджету немає. Найімовірніше, що після деякого погіршення цього показника в 2020 р. надалі доведеться перейти до низькоінфляційного бюджету, як це відбувалося в 2014-2015 рр.

Сальдо поточного рахунку, що враховує баланс торгівлі товарами і послугами, платежі з обслуговування зовнішнього боргу та надходження від працюючих за кордоном, у 2019 р. не виявляло жодних ознак погіршення, що контрастує з показниками передкризових 2008 і 2013 рр. (рис. 2б). Що гірше, в обох випадках напередодні кризових явищ сальдо поточного рахунку погіршувалося, тоді як зі середини 2019 р. цей показник поліпшується (в IV кв. 2019 р. навіть спостерігалось додатне сальдо поточного рахунку).

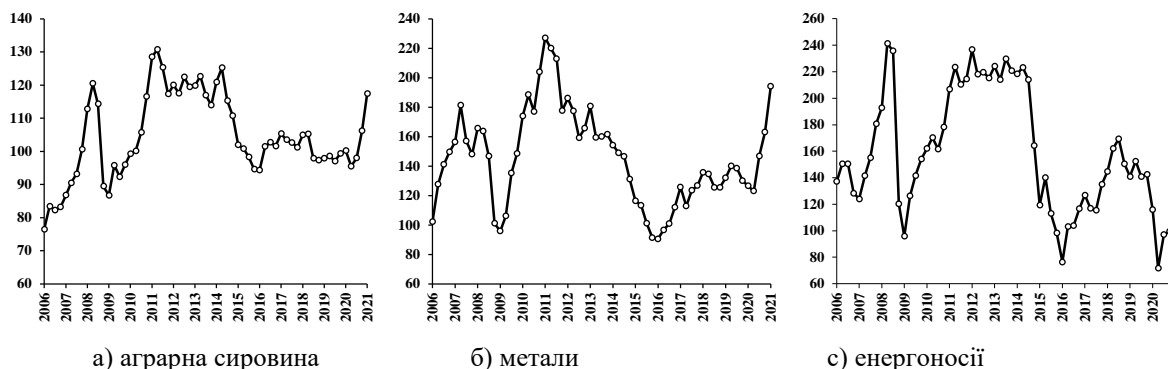


Рис. 4. Динаміка найголовніших цінових індексів (2016=100) української зовнішньої торгівлі на світових сировинних ринках, 2006-2021 рр.

Джерело: МВФ

Одним із чинників поліпшення сальдо поточного рахунку стало здешевлення енергоносіїв, що спостерігалось на тлі зростаючих цін на метали і стабільних цін на аграрну сировину – основні позиції українського експорту (рис. 4). Це вигідно відрізняє від подій 2008-2009 та 2014-2015 рр., коли зниження цін на енергоносії відбувалося в унісон із падінням цін на інші сировинні товари. Окрім того, в обох випадках передкризовий період відрізнявся високими цінами на енергоносії, що призводило до значного погіршення сальдо зовнішньої торгівлі, що, зі свого боку, ставало джерелом очікувань девальвації гривні.

Оскільки в найближчі два-три роки не передбачається стрімкого зростання цін на сиру нафту і природний газ, це створює передумови для поліпшення сальдо поточного рахунку, навіть із урахуванням можливого незначного скорочення надходжень від працюючих за кордоном. Можна припустити, що менші витрати на зарубіжний туризм (у 2019 р. відповідні видатки перевищили 8 млрд доларів) з надлишком компенсують втрати від зменшення надходжень від трудових мігрантів.

Необхідні узагальнення. Підстави для нинішньої відносної грошової стабільності, яка може бути чинником оперативного гальмування інфляції та відновлення докризової динаміки економічного зростання, забезпечуються низкою чинників.

По-перше, валютні резерви НБУ досить високі (майже 29 млрд доларів), що послаблює негативні очікування на валютному ринку. Що більше, у серпні 2021 р. валютні резерви НБУ перевищували 31 млрд доларів. Такого не відбувалося під час жодної з попередніх фінансових криз. По-друге, немає підстав для значного погіршення торговельного балансу, передусім із міркувань стрімкого здешевлення імпорту енергоносіїв та відносної стабільності цін на основні експортні товари (аграрна продукція і метали). По-третє, залишаються значними надходження від працюючих за кордоном. Переважна більшість трудових мігрантів залишилися за кордоном, а тому деяке зменшення надходжень не видається значним. Окрім того, найближчим часом

не буде відтоку коштів за кордон через значні обсяги зарубіжного туризму (згідно з даними НБУ в 2019 р. українські туристи витратили за кордоном близько 8 млрд доларів). Якщо неможливість виїзду за кордон позначиться збільшенням обсягів внутрішнього туризму, це може підтримати динаміку ВВП і роздрібного товарообігу. По-четверте, немає впливу капіталу за кордон через банківську систему, як це відбувалося у попередні роки. Головним чином це пояснюється зменшенням обсягів зовнішнього боргу вітчизняних банків (у IV кв. 2019 р. цей показник становив заледве 4,7 млрд доларів порівняно з 42,1 млрд доларів у III кв. 2008 р. та 22,3 млрд доларів у I кв. 2014 р.) та проведеним оздоровленням банківської системи, але власний сприятливий вплив може мати тенденція до повернення в Україну фінансових активів резидентів внаслідок побоювань щодо безпечності таких активів за кордоном.

Нарешті, значні кошти обслуговування зовнішнього боргу в 2020-2021 рр. об'єктивно послаблюють зацікавленість багатьох політиків та представників великого бізнесу в девальвації гривні. Обсяги виплат за валовим зовнішнім боргом України досить значні: 2020 р. – 16,8 млрд, 2021 р. – 18,5 млрд доларів. Приблизно половину від цієї суми становлять виплати з обслуговування і погашення зовнішнього державного боргу. Найімовірніше, що емісійна активність НБУ не вийде за межі щорічного зростання грошової маси на 5-6%.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Проведений порівняльний аналіз дозволяє зробити декілька висновків. По-перше, не справджуються попередні песимістичні прогнози щодо значної глибини кризових явищ в українській економіці. Головним чином це пояснюється значним поліпшенням умов торгівлі та відчутними надходженнями від працюючих за кордоном. По-друге, не відбулося звичного для вітчизняних кризових явищ впливу капіталу, як це спостерігалось у 2008-2009 і 2014-2015 рр. Водночас недостатні інвестиції так чи інакше перешкоджають досягненню докризового рівня ВВП, а тим

паче переходу до вищої траєкторії економічного зростання. По-третє, відновлення динаміки високого економічного зростання, що дозволить скорочення різниці у рівнях доходу з країнами Східної Європи, вирішальною мірою залежатиме від здатності безпроблемно перейти до низькоїінфляційного бюджету, як це відбувалося в 2014-2015 рр. Якщо поліпшення сальдо бюджету не матиме очікуваного сприятливого впливу на очікування учасників ринку, це може перешкодити відновленню високого темпу економічного зростання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Сафонов Ю., Борщ В. Економічні наслідки COVID-19 та концепти подолання. Ефективна економіка. 2020. № 5. 11 с.
2. Сокуренко С. Прогнози економічної динаміки в Україні під час пандемії COVID-19. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Серія: Економічні науки. 2020. Вип. 59. С. 57-64.
3. Олешко А., Ровнягін О. Антикризова політика національних держав у контексті подолання соціально-економічних наслідків COVID-19. Ефективна економіка. 2020. № 4. 8 с.
4. Чалюк Ю. Сценарії соціально-економічного розвитку ЄС після BREXIT та COVID. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. 2020. Том 31 (70). № 4. С. 25-32.
5. The great COVID-19 divergence: managing a sustainable and equitable recovery in the European Union / Claeys G., Darvas Z., Demertzis M., Wolf G. Policy Contribution. 2021. No. 11/21. Brussels: Bruegel Institute. 15 p.
6. Gavas M., Pleek S. Global Trends in 2021: How COVID-19 is Transforming International Development. CGD Note. Washington, DC: Center for Global Development, 2021. 16 p.
7. Fefer R., Schwarzenberg A., Wong L. Global Value Chains: Overview and Issues for Congress. Washington, DC: Congressional Research Service, 2020. 40 p.
8. Harari D., Keep M. Coronavirus: Economic impact. Briefing Paper No. 8866. June 1. London: Bank of England, 2021. 55 p.
9. How will the world be different after COVID-19? Finance & Development. 2020. No. 2. P. 26-29.
10. Global Economic Prospects. A World Bank Group Flagship Report. Washington, DC: World Bank, 2021. 212 p.
11. OECD Economic Outlook. Strengthening the recovery: The need for speed. Paris: Organisation of Economic Cooperation and Development, 2021. 19 p.
12. Opportunities for Stronger and Sustainable Postpandemic Growth. 2021 Latin American and Caribbean Macroeconomic Report. Washington, DC: Inter-American Development Bank, 2021. 159 p.
13. World Economic Outlook. Managing Divergent Recoveries. Washington, DC: International Monetary Fund, 2021. 170 p.

14. World Economic Situation and Prospects as of mid-2020. N.Y.: United Nations, 2020. 23 p.

REFERENCES

1. Safonov Y. and Borsch V. (2020), Ekonomichni naslidky COVID-19 ta koncepty podolannya, Efektyvna ekonomika, № 5, 11 s.
2. Sokurenko S. (2020), Prognozy ekonomichnoji dynamiky v Ukraini pid chas pandemii COVID-19, Visnyk Lvivskoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu, Seria: Ekonomichni nauky, vyp. 59, s. 57-64.
3. Oleshko A. and Rovnyagin O. (2020), Antykryzova polityka nationalnykh derzhav u konteksti podolannya sotsialno-ekonomichnykh naslidkiv COVID-19, Efektyvna ekonomika, No. 4, 8 s.
4. Chaluk Y. (2020), Stsenarii sotsialno-ekonomichnoho rozvytku ES pislja BREXIT ta COVID, Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho, Seria: Ekonomika i upravlinnya, Tom 31 (70), No. 4, s. 25-32.
5. Claeys G., Darvas Z., Demertzis M. and Wolf G. (2021), The great COVID-19 divergence: managing a sustainable and equitable recovery in the European Union, Policy Contribution, No. 11/21, Brussels: Bruegel Institute, 15 p.
6. Gavas M. and Pleek S. (2021), Global Trends in 2021: How COVID-19 is Transforming International Development, CGD Note, Washington, DC: Center for Global Development, 16 p.
7. Fefer R., Schwarzenberg A. and Wong L. (2020), Global Value Chains: Overview and Issues for Congress, Washington, DC: Congressional Research Service, 40 p.
8. Harari D. and Keep M. (2021), Coronavirus: Economic impact, Briefing Paper No. 8866, June 1, London: Bank of England, 55 p.
9. How will the world be different after COVID-19? (2020), Finance & Development, No. 2, pp. 26-29.
10. Global Economic Prospects (2021), A World Bank Group Flagship Report, Washington, DC: World Bank, 212 p.
11. OECD Economic Outlook (2021), Strengthening the recovery: The need for speed, Paris: Organisation of Economic Cooperation and Development, 19 p.
12. Opportunities for Stronger and Sustainable Postpandemic Growth (2021), 2021 Latin American and Caribbean Macroeconomic Report, Washington, DC: Inter-American Development Bank, 159 p.
13. World Economic Outlook (2021), Managing Divergent Recoveries, Washington, DC: International Monetary Fund, 170 p.
14. United Nations (2020), World Economic Situation and Prospects as of mid-2020, N.Y.: United Nations, 23 p.

Стаття надійшла до редакції 02 грудня 2021 року

УДК 658.153

Куцик В. І.,

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

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

Тимків Д. О.,

tymkiwdiana673@gmail.com,

магістр, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ВЛАСТИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

***Анотація.** У статті досліджуються передумови застосування та впровадження міжнародного досвіду управління персоналом на підприємствах України. Метою написання статті є підтвердження необхідності у застосуванні міжнародного досвіду управління персоналом на українських підприємствах. Оцінювання країн та їх успіху в обраній тематиці здійснювалося згідно з індивідуальними економічними показниками, а також розглянуто системи управління країн та вибрано найбільш оптимальні для українських підприємств. Визначено сутність понять “управління” та “персонал”. При написанні статті використовувалися різного виду методи, такі як: порівняння для того, щоб виявити та надати оцінку різновиду рис, які будуть здатні адаптуватися до конкретних економічних умов; експертні оцінки для виявлення особливостей менеджменту та його методів, які використовуються іноземними країнами, щоб якісно сформувати власні методи управління на українських підприємствах. Дослідження доводять, що доцільним є використання досвіду систем управління на американських підприємствах, що розглядають працівника як індивідуальність і створюють безліч програм для самовдосконалення, та на японських, які багато вкладають у соціальну сферу та особливі підходи до кожного з працівників. Узагальнено, що адаптацію впровадження одержаних знань краще здійснювати зі сторони особистої орієнтації системи управління персоналом, створення курсів всередині підприємств для постійного навчання та вдосконалення працівників, щоб обмінюватися досвідом із колегами та отримувати віддачу у вигляді позитивних результатів власної діяльності. Доцільне формування корпоративної культури підприємств, яка має створити особливі відносини між персоналом та керівництвом, та створення платформи сприятливого клімату для становлення бізнесу.*

Ключові слова: персонал, міжнародний досвід, менеджмент, підприємство.

Kutsyk V. I.,

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

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

Tymkiv D. O.,

tymkiwdiana673@gmail.com,

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

PROPERTIES OF APPLICATION OF INTERNATIONAL EXPERIENCE OF PERSONNEL MANAGEMENT AT UKRAINIAN ENTERPRISES

***Abstract.** The article examines the prerequisites for the application and implementation of international experience in personnel management in Ukrainian enterprises. The purpose of writing this article is to confirm the need to apply international experience in personnel management in Ukrainian enterprises. The evaluation of countries and their success in the chosen topic was carried out in accordance with their individual economic indicators, as well as considered management systems and selected the most optimal for Ukrainian enterprises. The essence of "management" and "staff" concepts are defined. In writing the article different types of scientific research methods were used such as: comparisons in order to identify and assess the variety of features that will be able to adapt to specific economic conditions;*

expert assessments to identify the features of management and its methods used by foreign countries to qualitatively form their own management methods at Ukrainian enterprises. Researches proves that it is advisable to use the experience of management systems in American companies, which consider the employee as an individual and create many programs for self-improvement as well as in Japanese companies, which invest heavily in social sphere and special approaches to each employee. It is generalized that it is better to adapt the implementation of the acquired knowledge from the individual orientation of the personnel management system, create courses within enterprises for continuous training and improvement of employees to share experiences with colleagues and get a return in the form of positive results. It is expedient to form a corporate culture of enterprises, which should promote special relationships between staff and management as well as create a platform for a favorable business climate.

Key words: personnel, international experience, management, enterprise.

JEL Classification: D21, D81, M12

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2021-65-20>

Постановка проблеми. Різний період розвитку структур підприємств має свої важливі аспекти, які проявляються у сферах розвитку підприємства. Формування ринкової економіки передбачає створення нових товарів і покращення процесу виробництва. Персонал – важлива ланка підприємства. Система управління персоналу передбачає розвиток продуктивності праці, формування соціального та психологічних аспектів, які створюють стратегічні умови розвитку підприємства. Існують перешкоди розвитку підприємства, такі як: втрата зацікавленості працівників у власній роботі, відсутності мотивації та некомфортні умови робочого місця. Ці умови погано впливають на економічний стан підприємства. Таким чином, ефективне управління персоналом на підприємстві є найбільш актуальною темою сьогодення, важливою для глобальної економіки та її розвитку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемами управління персоналом та їх ефективністю займалися Д. С. Овсянко, Т. Радченко, М. Є. Рогоза та інші. Питання розвитку й управління персоналу та працівників підприємства розглядалися у роботах таких вчених, як О. А. Бугуцький, І. Р. Бузько, О. А. Грішнова, О. Шпирко та інші.

Окрім цього, міжнародному досвіду з управління персоналом на підприємстві були присвячені праці Teeuwen B., Гольцман І. О., Дафт Р. Л., Ф. Хедоурі, М. Мескон та ін.

Постановка завдання. Головними завданнями статті є проведення досліджень у категорії “працівники підприємства”, вивчення властивостей процесу управління персоналом в Україні, визначення характеристик міжнародного досвіду в цих галузях і можливості його використання в умовах розвитку сучасних українських підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для детального вивчення питання варто розглянути головні цілі та завдання розвитку управління персоналом. Ціль управління персоналом –

забезпечення інтересів підприємств і персоналу. Правильно поставлені цілі повинні задовольнити потреби підприємств та можливість ефективного їх використання. Це пояснює необхідність у виконанні завдань із управління персоналом (рис. 1).

Вибір країн для вивчення їх досвіду зумовлений їх передовими позиціями в організації бізнесу; діяльність американських та японських підприємств завжди вивчається у теорії менеджменту як “коридор альтернатив” для прийняття управлінських рішень. Представлений індикатор може слугувати як 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 міжнародного досвіду менеджменту персоналу слід звернути увагу на такі країни, як Сінгапур, Швейцарія, США, Німеччина, Нідерланди, Гонконг, Великобританія та Японія.

Сучасна Україна розуміє, наскільки необхідні на підприємствах створення та використання стратегічного управління. Ринкові умови зумовлюють власне бачення щодо застосування стратегічного управління, але часто можна спостерігати в діяльності підприємств відсутність стратегічності, що і призводить їх до поразок у конкурентній боротьбі. Постійні зміни в економічній і політичній системах країни викликають занепокоєння людей та створюють паніку в суспільстві. Професійна діяльність з боку управління персоналом передбачає велику увагу, адже дає можливість усунути ряд невизначеностей і досягти покращення в роботі суспільства та підприємства.



Рис. 1. Завдання з управління персоналом на підприємстві
Джерело: складено автором з використанням [2]

Таблиця 1

Міжнародний досвід з управління персоналом з огляду обраного спектра країн

Країни	Досвід країн світу з управління персоналом
1	2
Швейцарія	<ul style="list-style-type: none"> - формування відносин не на засадах примусу, а на засадах довіри; - взаємозв'язок теорії та практики в навчальному закладі з умовою неповної зайнятості; - наявність спеціальних цільових програм, що забезпечують координацію підготовки молоді.
США	<ul style="list-style-type: none"> - індивідуальний підхід до працівника, персоніфікація заходів управління персоналом на основі набутої кваліфікації та навиків; - використання різних систем преміювання, які передбачають економію витрат на зарплату і створення фонду премій, який залежить від зростання чистої продукції на 1 долар; - 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; - постійна атестація службовців з метою кар'єрного просування; - оцінка ефективності організації праці та оснащеності робочих місць працівників.
Японія	<ul style="list-style-type: none"> - колективізм у прийнятті рішень; - орієнтація на інноваційну спрямованість економіки як у 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.

<i>1</i>	<i>2</i>
Сінгапур	- підготовка, навчання та стажування фахівців усіх 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.
Німеччина	- спільна діяльність компаній у розподілі капіталу і найманої праці; - перепідготовка та стажування працівників за відповідними до 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	- зобов'язання розвивати всіх співробітників для досягнення стратегій цілей і завдань; - постійне навчання персоналу та стимулювання набуття додаткових навиків; - дуальність освіти серед здобувачів вищої освіти за умови розвитку бізнес-структур.

Таблиця 2

Моделі мотивації міжнародного управління персоналом

Країни	Моделі мотивації у різних країнах світу
Японія	Складається з таких ознак, як професійність, вік та стаж працівника. Різні умови праці поєднують у собі елементи традиційної (вікової і нової) трудової тарифікації працівників.
США	Система всебічного заохочення підприємництва і збагачення найактивнішої частини населення. Оплата праці базована на виконанні денного плану та завданнях; передбачає також велику кількість заохочень, премій.
Швеція	Заробітна плата є цілком однакова для кожного працівника незалежно від професійної діяльності та результату виконаної роботи.
Німеччина	Спирається на ідею, що в центрі мотивації знаходиться людина з її інтересами як вільна особистість, що усвідомлює відповідальність перед суспільством. Рівень оплати праці визначається за участю держави, профспілок та представників підприємств. Основною вимогою його визначення є справедливість.
Великобританія	Представлена системою хороших відносин між працівником та його керівництвом; це дає змогу формувати прибуток підприємства, брати участь в обговоренні важливих питань на підприємстві.

Система управління персоналом українських підприємств визначається певними тенденціями:

- підприємства спираються на прибуток;
- неможливість дотримання традицій у підготовці управлінських кадрів, повільне навчання з боку управлінців;
- оцінка діяльності керівництва;
- недостатня увага до зауважень управлінців, що пов'язано з формуванням мотивації персоналу;
- управлінські кадри, які в процесі своєї діяльності не зауважують деякі помилки в системі управління.

Запровадження ознак американських, японських та західноєвропейських моделей управління в українську управлінську модель забезпечить успішне її функціонування. Кожна з великої кількості моделей мотивації праці має власні особли-

вості та своєрідний характер діяльності. Здебільшого важливими є також моделі мотивації (табл. 2).

Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі. В період економічних зривів та глобальних змін сучасний менеджмент потребує постійного оновлення. Фактор, який впливає на підприємство та на досягнення його цілей, – ефективне управління працівниками. Українські підприємства повинні мати гнучкі інструменти управління персоналом та набиратися досвіду у більш досвідчених країн, які створюють комфортні умови роботи для своїх працівників. Таким чином, важливою є адаптація міжнародного досвіду управління персоналом на українських підприємствах, згідно з якою є важливим використання особливостей управління, що забезпечить розвиток бізнесу в Україні.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ушеренко С. В. Активізація інноваційної діяльності підприємств в Україні: імперативи та засади державної підтримки. *Бізнес Інформ*. 2019. Вип. № 8. С. 72-81.
2. Кайнова Т. В. Маркетинг регіону як фактор інноваційного розвитку. *Академічний огляд*. 2014. №2. С. 85-90.
3. Українська асоціація досконалості і якості. URL: <http://www.uaq.org.ua>.
4. Євтушенко В. А., Ляшевська В. І., Чупринюк Ю. В. Дослідження та вдосконалення стратегічного планування зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Бізнес Інформ*. 2020. Вип. № 6. С. 23-29.
5. Новікова О. Ф., Логачова Л. М. Соціальні гарантії працівникам промисловості за умовами праці. *Економіка промисловості*. 2018. №3. С. 93-110.
6. Отенко І. П. Ефективність як основне поняття та критерій діяльності підприємства. *Бізнес Інформ*. 2020. Вип. № 6. С. 190-195.
7. Шуміло О. С., Рудас Д. С., Сукульський В. М. Принципи та методи оцінювання конкурентоспроможності підприємств. *Бізнес Інформ*. 2020. Вип. № 6. С. 291-297.
8. Боков О. Інноваційно-інвестиційна модель розвитку економіки України як передумова підвищення рівня життя населення. *Україна: аспекти праці*. 2011. №5. С. 45-51.
9. Бугуцький О. А. Система управління якістю праці на підприємстві. *Україна: аспекти праці*. 2017. №4. С. 45-49.
10. Куцик В. І., Кліпкова О. І., Жихарцева О. О. Організаційно-економічний механізм управління ефективністю діяльності інтегрованих корпоративних систем. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету*. 2018. Вип. 56. С. 85-91.
11. Линенко А. В., Шевченко О. Л. Сутність й аналіз трудового потенціалу підприємства за показниками ефективності його використання. *Держава та регіони*. 2013. №4. С. 111-116.

REFERENCES

1. Usherenko, S. V. (2019), *Aktyvizatsiia innovatsijnoi diial'nosti pidpriemstv v Ukraini: imperatyvy ta zasady derzhavnoi pidtrymky*, *Biznes Inform*, vyp. № 8, s. 72-81.
2. Kajnova, T. V. (2014), *Marketynh rehionu iak faktor innovatsijnoho rozvytku*, *Akademichnyj ohliad*, №2, s. 85-90.
3. Ukrain'ska asotsiatsiia doskonalosti i iakosti, available at: <http://www.uaq.org.ua>.
4. Yevtushenko, V. A. Liashevs'ka, V. I. and Chupryniuk, Yu. V. (2020), *Doslidzhennia ta vdoskonalennia stratehichnoho planuvannia zovnishn'oekonomichnoi diial'nosti pidpriemstva*, *Biznes Inform*, vyp. № 6, s. 23-29.
5. Novikova, O. F. and Lohachova, L. M. (2018), *Sotsial'ni harantii pratsivnykam promyslovosti za umovamy pratsi*, *Ekonomika promyslovosti*, №3, s. 93-110.
6. Otenko, I. P. (2020), *Efektivnist' iak osnovne poniattia ta kryterij diial'nosti pidpriemstva*, *Biznes Inform*, vyp. № 6, s. 190-195.
7. Shumilo, O. S. Rudas, D. S. and Sukul's'kyj, V. M. (2020), *Pryntsypy ta metody otsiniuvannia konkurentospromozhnosti pidpriemstv*, *Biznes Inform*, vyp. № 6, s. 291-297.
8. Bokov O. (2011), *Innovatsijno-investytsijna model' rozvytku ekonomiky Ukrainy iak peredumova pidvyschennia rivnia zhyttia naseleennia*, *Ukraina: aspekty pratsi*, №5, s. 45-51.
9. Buhuts'kyj, O. A. (2017), *Systema upravlinnia iakistiu pratsi na pidpriemstvi*, *Ukraina: aspekty pratsi*, №4, s. 45-49.
10. Kutsyk, V. I. Klipkova, O. I. and Zhykharitseva, O. O. (2018), *Orhanizatsijno-ekonomichnyj mekhanizm upravlinnia efektyvnosti diial'nosti intehrovanykh korporativnykh system*, *Visnyk L'vivs'koho torhovel'no-ekonomichnoho universytetu*, vyp. 56, s. 85-91.
11. Lynenko, A. V. and Shevchenko, O. L. (2013), *Sutnist' j analiz trudovoho potentsialu pidpriemstva za pokaznykamy efektyvnosti joho vykorystannia*, *Derzhava ta rehiony*, №4, s. 111-116.

Стаття надійшла до редакції 12 грудня 2021 року

УДК 336.22

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, економічної безпеки, банківської справи та страхового бізнесу, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Голдак С. М.,

бакалавр, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Дума О. І.,

бакалавр, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ПОДАТКОВА БЕЗПЕКА ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ФІСКАЛЬНОЇ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Анотація. У статті характеризується система забезпечення податкової безпеки держави, проводиться оцінювання загроз, ризиків та індикаторів для визначення її стану. Окремими характеристиками безпеки є моніторинг загроз, оцінювання вразливості податкової системи до цих загроз, аналіз індикаторів податкової безпеки держави, зокрема обсягів податкових надходжень Зведеного бюджету України за 2016-2020 рр., фіскальної значимості податків у структурі доходів бюджету та у ВВП, рівня ухилення від оподаткування та тіньової економіки, рівня виконання плану надходжень, ефективності адміністрування та дієвості податкового контролю, навантаження працівників органів державної податкової служби. Оцінювання стану податкової безпеки в Україні виявило посилення податкового навантаження, передусім за рахунок зростання податкового навантаження на працю і прибуток підприємств. Зростання витрат на утримання фіскальних органів та адміністрування податків не варіює зі зростанням величини податкового боргу та станом у сфері ухилення від оподаткування. Про низьку ефективність адміністрування податків свідчить зростання податкового боргу і значний рівень списання безнадійної податкової заборгованості. Заходи, проведені органами ДФС і ДПС щодо погашення та упередження зростання податкового боргу, виявилися неефективними. Рівень стягнення податків, донарахованих за результатами контрольної-перевірочної роботи, дуже низький і варіює в межах 20-30 %. Найбільшими схемами зловживань у сфері оподаткування в 2020 р. були: зарплата "у конвертах", порушення митних правил, контрабанда та корупція на кордоні. Додаткові виклики, зумовлені наслідками світової пандемії Covid-19, погіршують стан податкової безпеки, це стосується зокрема стабільності і достатності податкових надходжень до бюджетів різних рівнів, а також вразливості платників до нових карантинних умов. Доповнюють негативний вплив на стан податкової безпеки зволікання з ліквідацією неефективної податкової міліції, низька розслідуваність податкових злочинів, кадрова турбулентність у фіскальних органах, запізнитий старт Бюро економічної безпеки України. Для посилення податкової безпеки держави необхідним є завершення інституційної реформи митної служби, підвищення ефективності та дієвості податкового контролю, посилення відповідальності платників податків за уникнення від оподаткування.

Ключові слова: податкова безпека, індикатори податкової безпеки, фіскальна значимість, рівень виконання планових податкових надходжень, фіскальна ефективність податку, нерівномірність податкових надходжень, ухилення від оподаткування.

Chuy 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, Economic Security, Banking and Insurance Business, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Duma O. I.,

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

Holdak S. M.,

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

TAX SECURITY AS A FACTOR OF INCREASING THE FISCAL EFFICIENCY OF THE TAX SYSTEM OF UKRAINE

Abstract. The article characterizes the system of tax security of the state, assesses threats, risks and indicators for determining its condition. The separate security features are monitoring threats, assessing the vulnerability of the tax system to these threats, analysis of tax security indicators of the state, including tax revenues of the Consolidated Budget of Ukraine for 2016-2020, fiscal importance of taxes in the structure of budget revenues and in GDP, tax evasion and the shadow economy level, the level of implementation of the revenue plan, the efficiency of administration and the effectiveness of tax control as well as the workload of the state tax service employees. Assessment of the condition of tax security in Ukraine revealed the tax burden increase, primarily due to the growing tax burden on labor and corporate profits. The increase in expenditures on the maintenance of fiscal authorities and taxes administration does not vary with the increase in the amount of tax debt and the situation in the field of tax evasion. The low efficiency of tax administration is evidenced by the growth of tax debt and a significant level of bad tax debts write-off. Measures taken by the State Fiscal Service and the State Tax Service to repay and prevent the growth of tax debt proved to be ineffective. The level of collection of taxes accrued on the results of control-verification activities is very low and varies between 20-30%. The biggest schemes of tax abuse in 2020 were: wages "in envelopes", violations of customs regulations, smuggling and corruption at the state border. The additional challenges posed by the global Covid-19 pandemic are exacerbating tax security. This applies in particular to the stability and adequacy of tax revenues to the budgets of different levels, as well as the vulnerability of taxpayers to the new quarantine conditions. The negative impact on the condition of tax security is complemented by delays in the elimination of inefficient tax police, low investigability of tax crimes, staff turbulence in fiscal authorities as well as overdue introduction of the Bureau of Economic Security of Ukraine. To strengthen the tax security of the state, it is necessary to complete the institutional reform of the customs service, increase the efficiency and effectiveness of tax control, strengthen the responsibility of taxpayers for tax evasion.

Key words: tax security, tax security indicators, fiscal significance, level of implementation of planned tax revenues, fiscal efficiency of tax, uneven tax revenues, tax evasion.

JEL Classification: G32, H21, H26, H30, F52

DOI:<https://doi.org/10.36477/2522-1205-2021-65-21>

Постановка проблеми. Для успішного функціонування фінансової системи України і забезпечення економічної стійкості та стабільності державних фінансів необхідно досягти високого рівня фінансової безпеки. Однією з важливих складових фінансової безпеки є податкова, з допомогою якої всі рівні бюджетної системи забезпечуються фінансовими ресурсами. Від здатності податкової системи забезпечувати постійні і стабільні надходження до бюджетів усіх рівнів залежить ефективність системи фінансового перерозподілу ресурсів між різними суб'єктами і галузями економіки, розвитку підприємництва та задоволення суспільних потреб громадян.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Податкова безпека є достатньо новою економічною категорією в наукових колах та державному управлінні, а тому трактування її економічної природи та основних характеристик є неоднозначним. Про посилення інтересу науковців до податкової складової фінансової безпеки свідчить активізація наукових досліджень у сфері визначення сутності й економічної природи податкової безпеки, ризиків та загроз, які її зумовлюють, індикаторів оцінювання та шляхів зміцнення. Особливо варто відзначити наукові пошуки О. Баранецької і В. Мартинюк [1; 16], С. Голікова [3; 4], О. Іванишиної, І. Прокопенко й Ю. Панури [10], В. Іщенка [12], Г. Лісового [13], І. Лукановської [14], І. Луценко [15], Г. Миськів [2], І. Подіка і Ю. Гончарова [17], І. Цимбалюк

[21] та ін. Однак, незважаючи на значну кількість наукових робіт, присвячених цій проблематиці, питання зміцнення податкової безпеки як фактора підвищення фіскальної ефективності і результативності податкової системи держави повною мірою ще не розкриті.

Надаючи високу оцінку науковим доробкам, необхідно зауважити: проведені дослідження трактування суті та змісту дефініції "податкова безпека" засвідчують, що у науковій спільноті домінує розуміння її економіко-правової форми, яка повинна забезпечити створення державою умов для узгодження інтересів індивідів, підприємницьких структур у державі на основі дотримання принципів взаємної відповідальності суб'єктів податкових відносин, фіскальної достатності для бюджетної системи, здатності протистояти податковим ризикам і невразливості до загроз, оптимальності податкового навантаження, стійкості та захищеності.

Постановка завдання. Цілями наукової роботи є ідентифікація загроз і ризиків у сфері податкової безпеки держави, їх ранжування, оцінювання ключових індикаторів, які впливають на стан податкової безпеки, а також оцінювання спроможності держави в уникненні цих загроз та вразливості суспільства щодо протидії ідентифікованим загрозам.

Виклад основного матеріалу дослідження. Серед більшості визначень у науковців домінує твердження того, що податкова безпека характеризує

захищеність інтересів платників податків та держави, для якої податки – це інструмент забезпечення фінансовими ресурсами виконання нею своїх функцій. Разом з тим, податкова безпека визначається здатністю системи до гнучкості (розвитку і вдосконалення), а також стійкістю до наповнення її податковими платежами. А також це здатність реагувати на податкові ризики та стійкість до загроз, можливість управляти ними, ліквідувати, мінімізувати, приймати чи ігнорувати їхній негативний вплив на суб'єктів податкової безпеки [4, с. 130].

Податкова безпека держави визначається ефективністю податкової політики держави, яка має оптимально поєднувати фіскальні інтереси держави та індивідуальні, корпоративні інтереси платників податків [12, с. 36]. Проблема податкової безпеки посилюється складністю узгодження інтересів платників податків, зокрема через визначення оптимального податкового навантаження для них, та необхідністю забезпечення держави достатнім обсягом податкових надходжень. Економічну категорію “податкова безпека” аналізують через економічну, соціальну та правову її природу [3, с. 123].

Для визначення стану податкової безпеки необхідно ідентифікувати загрози, які її зумовлюють, визначити перелік індикаторів податкової безпеки та їхні порогові значення, порівняти значення фактичних значень індикаторів із пороговими та визначити інтегральний показник.

Джерела загроз податковій безпеці класифікують, виділяючи найбільш вагомі: від стану національної економіки, державних фінансів, соціальних особливостей суспільства та інституціонального середовища [4] до змін податкового законодавства, рівнів тіньової економіки й податкового навантаження, ефективності адміністрування податків [10] до низького рівня податкової культури, ухилення від сплати податків, рівня податкового боргу, збільшення витрат на сплату податків, корупції в податкових органах, зниження інвестиційної активності та інших [17, с. 191]. І. Тимофєєва класифікує джерела загроз податковій безпеці за джерелами їхнього виникнення, за рівнями, ступенем вірогідності, видами збитку та значущістю [19, с. 18-21]. Водночас Г. Миськів характеризує загрози і ризики податковій безпеці, виділяючи для держави наступні: ризики порушення законодавства; адміністрування; реалізації податкової політики; уникнення від оподаткування та податкового планування і прогнозування; а для платників податків – ризики збільшення податкового тягаря; податкового контролю; мінімізації й несплати податків [2, с. 118-119]. Г. Лісовий систематизував наступні блоки загроз і ризиків податковій безпеці: економічний; правовий; організаційно-управлінський; інституційно-культурологічний; кримінальний [13].

За результатами опитування, проведеного серед відповідного експертного середовища з ДПС, ДМС,ДФС та представників великого, середнього та малого бізнесу з усіх регіонів України загальною

кількістю 7090 осіб, було визначено перелік загроз у сфері фіскальної безпеки, до найвагоміших із яких належать: шахрайство з ПДВ, “схеми” мінімізації податкових платежів, лобювання представниками влади окремих груп та компаній з просування для них вигідних податкових умов (преференцій), тінізація окремих видів бізнесу, інформаційні атаки щодо дискредитації фіскальної системи, прояви корупції у фіскальній сфері [18].

Складність оцінювання рівня податкової безпеки держави полягає у визначенні оптимальної чисельності та виборі індикаторів. Ці індикатори включають показники бюджетної складової безпеки держави та регіонів: фіскальної значимості податків, рівня виконання планових надходжень; витратомісткості адміністрування та дієвості податкового контролю, рівня тінізації економіки, а також індикатори, які характеризують податкове навантаження та рівень ухилення від оподаткування окремих платників [2; 6; 7; 16; 20; 21; 22]. Індикатори податкової безпеки можуть бути кількісні (традиційні – фіскального навантаження, рівня податкового боргу, результативності адміністрування, тінізації економіки і дієвості податкового контролю, і особливі – окупності роботи фіскальних органів, інвестиційної віддачі податкових пільг, ефективності використання податкових пільг) та якісні (рівень податкової культури та моралі, рівень якості податкового законодавства, морально-етичний рівень персоналу фіскальної служби, його самооцінка інтенсивності зусиль з підвищення власної репутації) [15, с. 161-162].

Розраховані індикатори податкової безпеки України за 2016-2020 рр. дають можливість виявити певні проблеми і на їхній основі ідентифікувати шляхи для посилення стану безпеки (табл. 1).

За останні 5 років рівень податкового навантаження (включаючи надходження з ЄСВ) збільшився з 32,8 % ВВП у 2016 р. до 34,1% у 2020 р. Перевищення фактичного значення індикатора над пороговим складає 4,1 %. Перевищення порогового значення існує за індикатором “рівень бюджетного податкового навантаження”, який відображає частку податкових надходжень зведеного бюджету у ВВП. Податкові надходження є базовою складовою бюджету та забезпечують на кінець досліджуваного періоду 79,1 % доходів державного і 82,6 % доходів зведеного бюджетів.

Збільшення фіскальної значимості спостерігаємо за всіма видами податків, зокрема сума надходжень від доходно-прибуткових податків збільшилася вдвічі з 216,2 млрд грн до 451,6 млрд грн; податків на споживання – з 357,6 млрд грн до 584,9 млрд грн (на 63,6 %); податків на майно, ресурси та капітал – з 76,9 млрд грн до 99,9 млрд грн (на 30 %) (рис. 1).

Індикатори податкової безпеки України за 2016-2020 рр.

Індикатори	Роки					Порогові значення	Відхилення 2020 р. від порогового +/-
	2016	2017	2018	2019	2020		
<i>Індикатори фіскальної значимості</i>							
Рівень загального податкового навантаження (включно з ЄСВ), % до ВВП	32,8	33,8	34,1	33,8	34,1	≤30	4,1
Рівень бюджетного податкового навантаження, % до ВВП	27,3	27,8	27,7	26,9	27,1	≤25	2,1
Частка податкових надходжень у доходах Державного бюджету, %	81,8	79,1	81,2	80,1	79,1	≥60	19,1
Частка податкових надходжень у доходах Зведеного бюджету, %	83,1	81,4	83,3	83,0	82,6	≥60	22,6
Рівень концентрації податкових надходжень ДБУ у доходах ЗДБ, %	78,7	78,0	63,7	62,0	61,8	≥60	1,8
Коефіцієнт еластичності	1,41	1,09	0,99	0,73	1,14	≥1	0,14
Рівень тінізації економіки, % до ВВП	33	32	29	28	30	≤30	0
<i>Індикатори рівня збирання (виконання планових завдань)</i>							
Коефіцієнт результативності (збирання) податкових надходжень	1,026	1,01	0,996	0,962	1,019	≥1	0,02
<i>Індикатори ефективності адміністрування (витратомісткості)</i>							
Коефіцієнт результативності (індекс витрат на адміністрування податків, на 100 грн податкових надходжень)	0,95	1,02	1,21	1,09	1,03	≥1	0,03
Витрати на адміністрування податків на душу населення, грн/ос. (на кількість постійного населення)	146,9	200	283,7	281,1	283,1	239*	44,14
Витрати на адміністрування податків на одну особу економічно активного населення, грн/ос.	348,4	472,7	664,1	645,5	663,3	559*	104,5
Рівень сумлінності сплати податків, %	95,6	96,8	96,5	95,7	н/д	≥95	0,7
Рівень податкового боргу платників податків, %	10,7	11,0	10,3	11,7	9,1	≤5	4,1

* Середнє значення

Джерело: розраховано авторами.

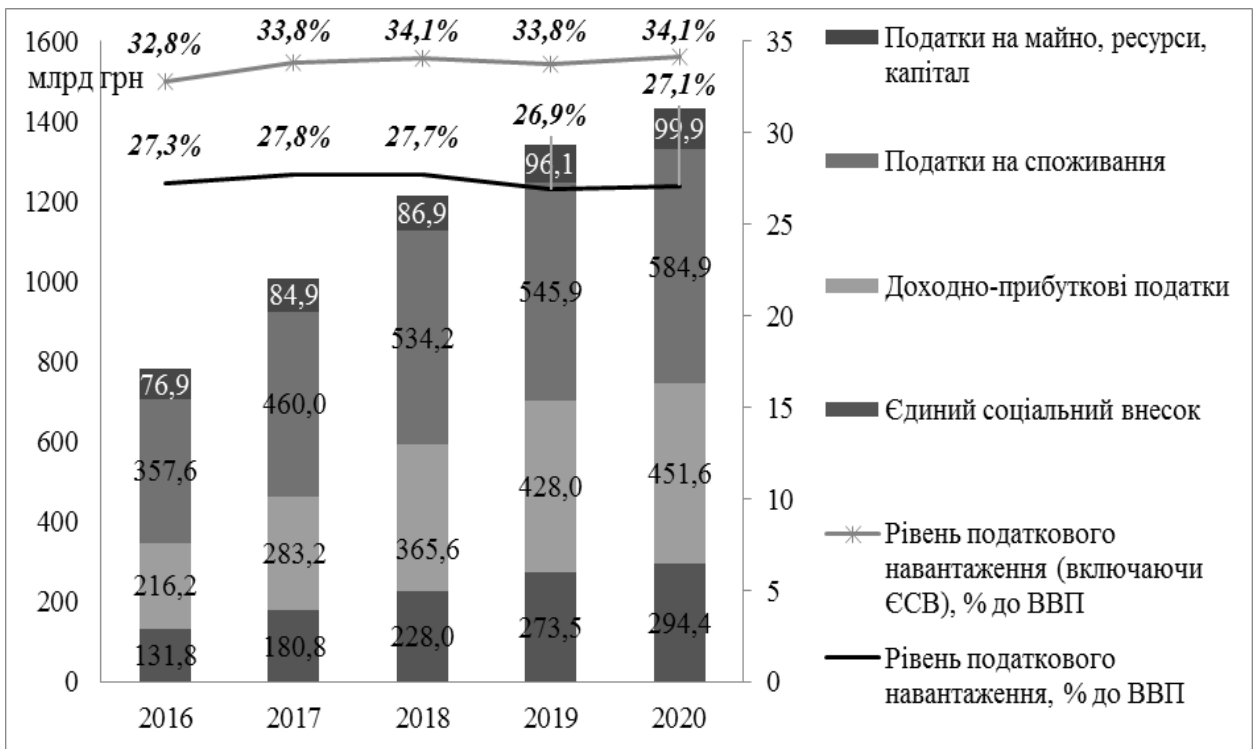


Рис. 1. Надходження податків до Зведеного бюджету і ЄСВ (ліва шкала) та рівень податкового навантаження (права шкала)

Джерело: складено та розраховано авторами за [9]

Причиною значної частки тіньової економіки в Україні можна назвати високий рівень фіскального навантаження на працю, який породжує скорочення заощаджень населення, зниження його реальних доходів та платоспроможного попиту. Сумарне податкове навантаження на працю, включаючи рівень надходжень з податку і збору на доходи фізичних осіб та єдиного соціального внеску, збільшилося з 11,3 % ВВП у 2016 р. до 14,1 % у 2020 р.

Посилення фіскального навантаження на економічних суб'єктів в Україні у 2020 році загострюється внаслідок того, що в умовах запровадження карантинних обмежень та скорочення доходів великої кількості власників і працівників малого бізнесу населення підпадає під надмірну фіскалізацію через оподаткування доходів фізичних осіб, сплату єдиного податку та оподаткування споживання (фактично витрат населення).

Визначальними у коливанні показника еластичності податків є більш високі темпи приросту витратів бюджету відносно ВВП та порівняно нижчі темпи приросту податкових надходжень. Значення коефіцієнта вище 1 у 2016-2018 рр. та 2020 р. означає, що податкові надходження зростають вищими темпами, ніж збільшувався ВВП.

За розрахунками Мінекономіки рівень тіньової економіки у 2020 р. становив 30 % від обсягу офіційного ВВП, що на 2 в.п. більше від показника 2019 р. Хоча за 5 років рівень тіньової економіки скоротився на 3 в.п., проте значний його рівень не дозволяє знижувати податковий тягар.

Протягом останніх років коефіцієнт збирання лише в 2019 році мав значення менше 1. Це пов'язано з недосконалістю та нестабільністю податкового законодавства, негативним фінансовим станом багатьох платників, негативним ставленням і недовірою платників податків до податкових органів, схильністю до уникнення сплати податків та ухилення від оподаткування.

Водночас витрати на утримання органів адміністрування податків непропорційно зростають: за результатами виконання Державного бюджету України у 2020 р. видатки на утримання державної фіскальної служби становили 12178 млн грн, що більше, ніж вдвічі, від витрат 2016 р. (5399,3 млн грн).

Індекс витрат на адміністрування податків відображає зростаючу тенденцію: з 0,95 грн до 1,03 грн на кожні 100 грн податкових надходжень. Тобто зростання витрат на утримання фіскальних органів не варіює зі зростанням величини податкового боргу та станом у сфері ухилення від оподаткування. Навантаження на утримання органів податкового адміністрування лягає на економічно активне населення: тільки за 5 останніх років витрати на одну особу збільшилися майже вдвічі: з 348,4 грн до 663,3 грн.

Загальна гранична чисельність державних службовців у всіх структурах ДФС, ДПС, ДМС – 41178 осіб, у тому числі за окремими службами: ДПС – 24866 осіб (60,4 % загальної чисельності), ДМС – 11308 осіб (або 27,5 %) та ДФС – 5004 особи (або 12,2%) (рис. 2).

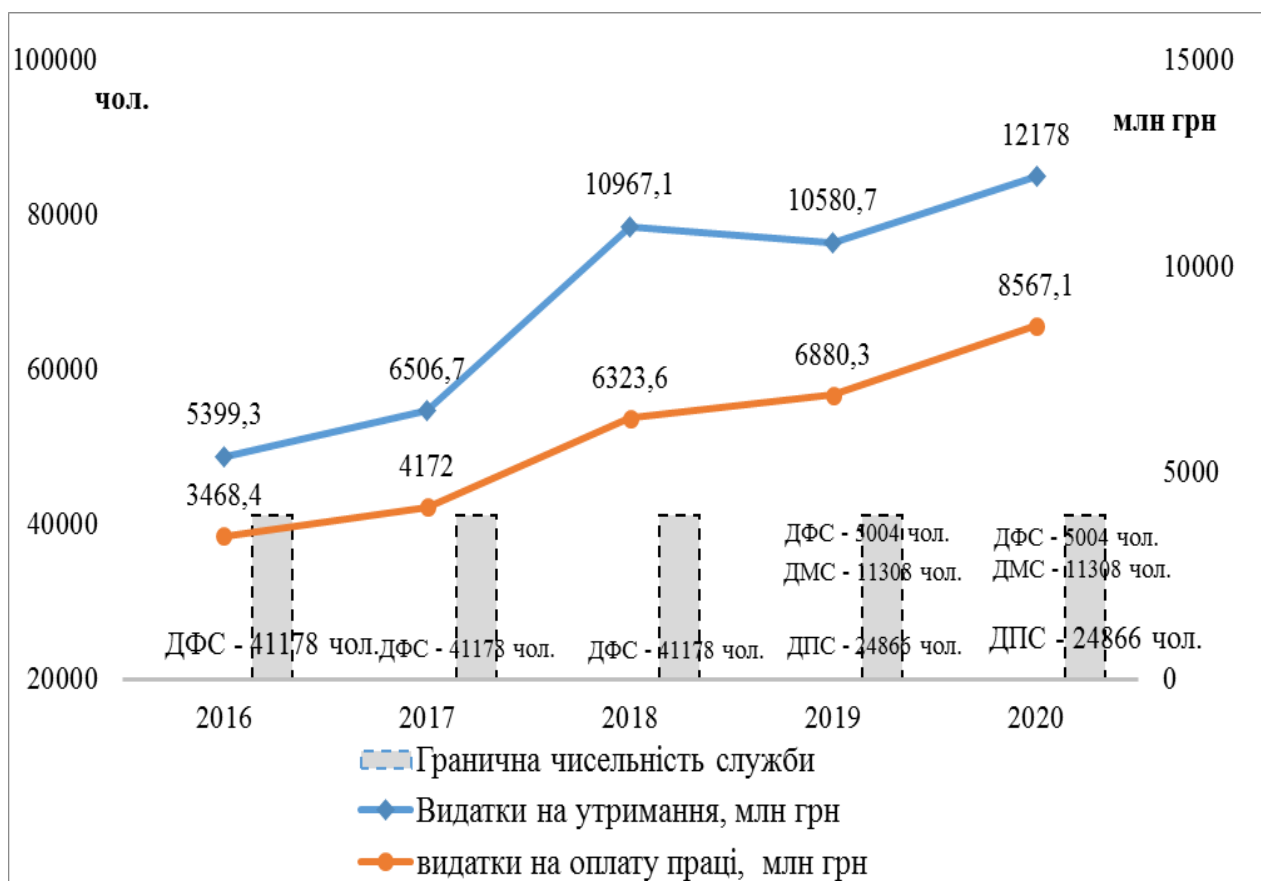


Рис. 2. Гранична чисельність працівників (ліва шкала) і видатки на утримання органів (права шкала) у сферах фіскальної, податкової та митної політики у 2016-2020 рр.

Джерело: складено авторами за [8]

Про низьку ефективність адміністрування податків свідчать наступні дані: сума податкового боргу за період 2016-2020 рр. збільшилася на 50 %: з 69,6 млрд грн до майже 104 млрд грн, причому зріс і рівень списання безнадійної податкової заборгованості (з 0,4 % на початок 2017 р. до 14,5 % на початок 2021 р.). Сума списаної безнадійної заборгованості на 01.01.2021 р. склала 15,1 млрд грн, порівняно з 2017 роком вона збільшилася у 52 рази. Рівень податкового боргу суттєво перевищує порогове значення (від 11,7% у 2019 р. до 9,1 % у 2020 р. порівняно з 5 %), що негативно характеризує стан безпеки.

Державним аудитом, проведеним за результатами діяльності фіскальних органів із 01.01.2018–01.05.2020 рр., виявлено, що заходи, проведені органами ДФС і ДПС щодо погашення та упередження зростання податкового боргу, виявилися неефективними. Найвний податковий борг лише на третину забезпечено вартістю описаного в податкову заставу майна платників податків-боржників, це спричинює ризики того, що більша частина нагромадженого податкового боргу не буде погашена шляхом надходження коштів до бюджету від реалізації майна, яке перебуває у податковій заставі, а списуватиметься як безнадійний борг [8, с. 115].

За період 2016-2020 рр. сума відшкодування ПДВ з бюджету збільшилася з 94,4 млрд грн до

143,1 млрд грн, або на 51 %. Найвище значення індексу відшкодування ПДВ було у 2019 р. – 12,75 % до товарного експорту, на кінець 2020 р. він знизився на 1 відс. пункт до 11,76 %. Стан виконання державою зобов'язань щодо відшкодування ПДВ експортерам ускладнено процедурами його законодавчого оформлення та узгодження сум податкових зобов'язань. Недоотримання планових надходжень до бюджету створює затримки у відшкодуванні ПДВ бізнесу, для якого вчасне і повноцінне повернення ПДВ – це оборотні кошти, які можуть використовуватися на поточні потреби (закупівлю оборотних активів, підвищення заробітної плати працівників, модернізацію обладнання тощо). Середньомісячне відшкодування ПДВ у 2020 році становило 11,93 млрд грн, що на 5,8 % менше, ніж у 2019 році (в середньому 12,66 млрд грн у місяць).

Якщо у 2017 році з 16,4 млрд грн узгоджених податкових зобов'язань до бюджету було стягнуто 5,1 млрд грн (рівень стягнення склав 31 %), то у 2018 р. із 13,4 млрд грн узгоджених зобов'язань було сплачено 3 млрд грн, а рівень стягнення – відповідно 22 % (менше на 0,9 відс. пункти).

За аналізований період показник сумлінності сплати податків перевищує порогове значення (в середньому 96,2 % порівняно з пороговим 95 %). І хоча це є позитивним явищем, проте воно може

містити в собі приховані негативні ефекти, такі як посилення фіскальної спрямованості податкових органів, що, в свою чергу, негативно впливає на рівень тіньової економіки.

У 2016 р. за результатами контрольно-перевірочної роботи було донараховано 28,4 млрд грн; у 2017 р. – 26,2 млрд грн; у 2018 р. – 34,4 млрд грн, у 2019 р. – 45,6 млрд грн. Проте рівень стягнення податків досить низький і варіюється від 20 % до 30 %. Водночас витрати на утримання фіскальних органів непропорційно зростають: у 2020 р. видатки на утримання державної фіскальної служби становили 11,7 млрд грн, що майже вдвічі більше від витрат 2017 р. (6,3 млрд грн) [9].

Загрозами для податкової безпеки є також надмірна кількість пільг, збитковість підприємств, зростання суми податкового боргу, неефективний податковий контроль, недосконале податкове законодавство, які у своїй сукупності призводять до посилення тенденцій із уникнення податків. Про нестабільність податкового законодавства свідчать наступні дані: протягом часу дії Податкового кодексу кількість змін до нього склала 155; причому

найбільше у 2015 р. – 27 змін; у 2014 р. – 26 та у 2020 р. – 23 [10].

Серед найбільш поширених в Україні застосовуються наступні схеми уникнення податків: зарплатні плати “в конвертах”, обсяг втрат бюджету внаслідок яких оцінюється в 110-150 млрд грн; порушення митних правил через маніпуляції з митною вартістю товарів, перерваний транзит, схеми за допомогою поштових пересилань, “піджаки”, “сірий імпорт”, пряму контрабанду (68-120 млрд грн); незаконне відшкодування з бюджету податку на додану вартість при експорті, фіктивне підприємництво, зокрема, “карусельні” схеми, підміна товару – “скрутки” (24-30 млрд грн); конвертаційні центри (17-25 млрд грн); переміщення прибутку до “податкових гаваней” і “офшорів” (15-35 млрд грн); контрафакт (12-20 млрд грн); схеми тіньового ринку оренди землі (10-46,5 млрд грн); викривлення бази оподаткування (приховування обсягів продажу); зловживання податковими пільгами та преференціями і спеціальними режимами; неофіційне підприємництво та індивідуальна економічна діяльність без реєстрації (рис. 3).

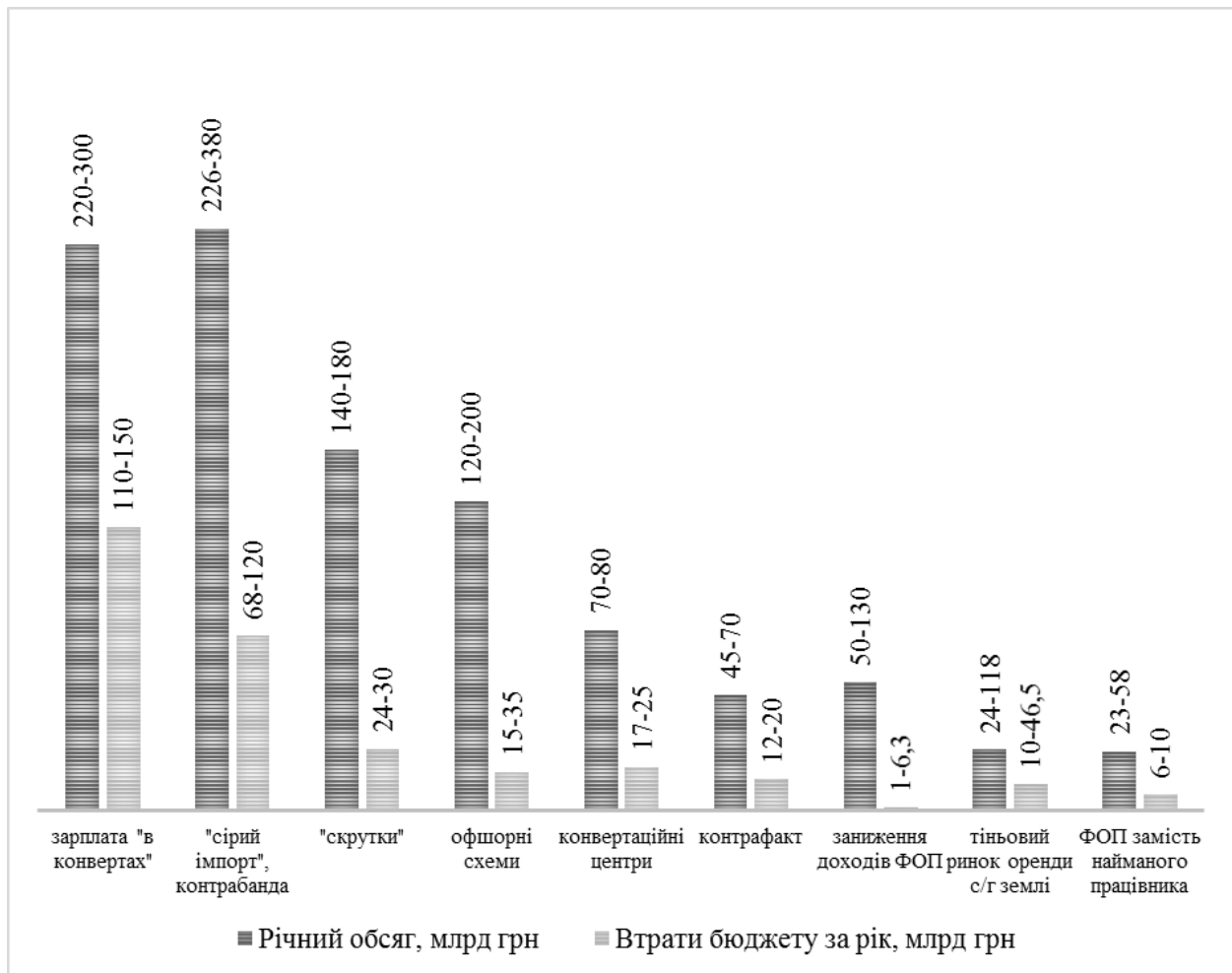


Рис. 3. Річні обсяги та втрати бюджету від схем по ухиленню від податків у 2020 р., млрд грн [5]

Податкові заходи, запроваджені країнами світу у відповідь на кризу COVID-19 [23]

Цілі політики	Полегшення	Стимул, орієнтований на відновлення	Збільшення податків
	Пом'якшення економічного та соціального впливу політики стримування вірусу	Стимулювання сукупного попиту та інвестицій	Фінансові заходи реагування уряду на кризу
Основні види податкових заходів	<ul style="list-style-type: none"> • податкові відстрочки, • розширення податкової декларації, • прискорене повернення податків, • положення про повернення збитків, • тимчасове звільнення від сплати податків, • тимчасове зниження ставки податку 	<ul style="list-style-type: none"> • податкове стимулювання інвестицій, • знижені корпоративні та інші податки, • податкові пільги при працевлаштуванні, • тимчасове зниження ставки ПДВ, • нижчі податки на операції з нерухомістю 	<ul style="list-style-type: none"> • підвищення максимальних ставок податку на доходи фізичних осіб, • підвищення акцизу на медичне обслуговування, • підвищення екологічного податку, • підвищення податку на нерухомість, • підвищення податку на бізнес.

Якщо запровадження досить обтяжливих процедур адміністрування ПДВ, таких як депонування коштів на ПДВ-рахунках, введення єдиного реєстру податкових накладних та автоматична система моніторингу, призвели до тимчасового зниження обсягів формування схемного податкового кредиту, то будь-яких позитивних зрушень у сфері боротьби з конвертаційними центрами (“податковими ямами”) досягнуто не було. Проблема шокової акцизної політики та надмірного рівня податкового навантаження у поєднанні зі слабкістю правоохоронних та контролюючих інституцій призвели до втрати контролю держави над ринком підакцизної продукції. Разом з тим, тривале зволікання з ліквідацією вкрай неефективної податкової міліції, низька ефективність розслідування податкових злочинів, кадрова нефаховість частини працівників ДФС і запізнілий старт Бюро економічної безпеки України не змінили стану ухилення податків в Україні у 2021 році.

Додаткові виклики, зумовлені наслідками світової пандемії Covid-19, погіршують стан податкової безпеки не тільки в Україні; це стосується зокрема стабільності і достатності податкових надходжень до бюджетів різних рівнів, а також вразливості платників до нових карантинних умов.

Криза Covid-19 у 2020-2021 рр. зумовила прийняття спеціальних заходів у сфері податкової політики у більшості розвинених країн світу (табл. 2).

Залежно від цілей політики (пом'якшення негативних наслідків чи стимулювання сукупного попиту та інвестицій) у податковій політиці більшості країн застосовувалися різні заходи: податкова відстрочка, тимчасове звільнення від оподаткування та зниження податкових ставок, розширення податкової декларації, прискорене повернення податків, податкове стимулювання інвестицій.

Фіскальні пакети часто склалися з широкого спектра заходів, включно з гарантіями позик, схемами збереження робочих місць, прямих переказів, розширеним доступом до пільг та різними податковими заходами. Податкові заходи були спрямовані

на підтримку ліквідності підприємств, щоб уникнути звільнення працівників, тимчасової нездатності розраховатися з постачальниками чи кредиторами та, у найгіршому випадку, закриття бізнесу або банкрутства. Країни також запровадили податкові заходи для підтримки домогосподарств, зокрема корпоративні податкові стимули для інвестицій, а також знижені ставки ПДВ, орієнтовані на найбільш постраждалі сектори економіки.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Отже, за результатами проведених розрахунків стану податкової безпеки України за 2016-2020 рр. було виявлено: позитивну динаміку мають показники сумлінності сплати податків, результативності (збирання) податків та еластичності податків. Перевищено порогове значення та посилюється критичний стан за показниками витратності адміністрування, рівня податкового боргу й загального податкового навантаження. У безпечній зоні перебуває рівень тінізації економіки за 2018-2020 рр., проте у 2020 р. порівняно з 2019 р. рівень тіншової економіки зріс на 2 відс. пункти. Тінізація стає закономірною відповіддю економіки на посилення податкового тиску. Найбільшими схемами зловживань у сфері оподаткування є: виплата заробітної плати “у конвертах”, порушення митних правил, контрабанда та корупція на кордоні; не вдалося подолати проблеми з уникненням від сплати ПДВ, “скрутками” та конвертаційними центрами. Доповнюють негативний вплив на стан податкової безпеки зволікання з ліквідацією неефективної податкової міліції, низька розслідуваність податкових злочинів, кадрова турбулентність у фіскальних органах, запізнілий старт Бюро економічної безпеки України. Для посилення фінансової безпеки держави та її важливої податкової складової необхідним є завершення інституційної реформи митної служби, підвищення ефективності та дієвості податкового контролю, посилення відповідальності платників податків за уникнення від оподаткування.

ЛІТЕРАТУРА

1. Баранецька О., Мартинюк В. Національні інтереси України в сфері фіскальної безпеки. Наука молода. 2008. № 9. С. 83-87.
2. Бюджетно-податкова безпека : навч. посіб. / за ред. Г. В. Миськів. Львів : ЛьвДУВС, 2021. 276 с.
3. Голиков С. С. Податкова складова фінансової безпеки України. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2017. Вип. 25. Ч. 2. С. 122-125.
4. Голиков С. С. Сутність податкової безпеки. Економіка та держава. 2015. № 9. С. 130-136.
5. Дубровський В., Черкашин В., Гетман О. Порівняльний аналіз фіскального ефекту від застосування інструментів ухилення/унікнення оподаткування в Україні: 2021. Центр соціально-економічних досліджень CASE Україна. Інститут соціально-економічної трансформації. К., 2021. 55 с.
6. Дячек С. М., Легенчук Ю. О. Оцінка рівня фінансової безпеки держави: проблеми та шляхи вирішення. Вісник Житомирського державного технологічного університету. Сер.: Економічні науки. 2013. № 2. С. 219-226.
7. Захарова Е. А. Налоговая безопасность. Критерии ее оценки. Вестник Белорусского государственного экономического университета. 2011. № 6. С. 63-68.
8. Звіт про результати аудиту ефективності діяльності Державної фіскальної служби України, Державної податкової служби України та Державної митної служби України : Затверджено рішенням Рахункової палати від 22.12.2020 № 34-3. К., 2020. 186 с.
9. Звіти про виконання Зведеного бюджету України за 2016-2020 роки. Державна казначейська служба України : сайт. URL: https://www.treasury.gov.ua/ua_
10. Іванишина О. С., Прокопенко І. А., Панура Ю. В. Удосконалення податкової системи як фактор підвищення фінансової безпеки держави. Ефективна економіка. 2021. № 4. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8775_
11. Іванов Ю. Б., Бережна Ю. В. Податкова безпека: сутність та умови забезпечення. Економіка розвитку. 2010. № 2(54). С. 9-11.
12. Іщенко В. В. Податкова складова фінансової безпеки держави. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2012. № 37. С. 35-40.
13. Лісовий Г. Система загроз податкової безпеці: постановка проблеми. URL: [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IM AGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF /pp_2017_3_18.pdf](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/pp_2017_3_18.pdf).
14. Лукановська І. Р. Теоретичне обґрунтування місця податкової безпеки в системі фінансової безпеки України. Формування ринкових відносин в Україні. 2014. № 6. С. 40-45.
15. Луценко І. С. Методичний підхід до оцінювання рівня податкової безпеки держави.

- Вісник Херсонського державного університету. 2015. Вип. 12. Ч. 2. С. 159-163.
16. Мартинюк В. П., Баранецька О. В. Оценка отдельных показателей фискальной безопасности государства. Бизнес Информ. 2013. № 8. С. 15-21.
17. Подік І. І., Гончаров Ю. В. Податкова складова економічної безпеки України : монографія. Київ : Інтерсервіс, 2017. 210 с.
18. Презентація результатів стратегічного аналізу щодо оцінки ризиків та загроз фіскальної безпеки України в Києві 22 грудня 2020 року. URL: <https://appu.org.ua/main-news/prezentaciya-rezultativ-strategichnogo-analizu-shhodo-oczinki-rizikiv-ta-zagroz-fiskalno%D1%97-bezpeki-ukra%D1%97ni-2/>.
19. Тимофеева И. Ю. Налоговая безопасность государства, бизнеса и общества: концепция и методология : автореф. дисс. д. э. н.: 12.00.14. М., 2011. 53 с.
20. Тимошенко О. В. Методичні підходи до оцінювання рівня економічної безпеки держави. Бизнес Информ. 2014. № 6. С. 32-37.
21. Цимбалюк І. О. Податкова безпека в системі фінансової безпеки держави : кол. монографія / за заг. ред. О. В. Кендюхова // Стратегічне управління національним економічним розвитком : монографія : в 2 т. Донецьк : ДВНЗ "ДонНТ", 2013. Т. 2. 392 с. С. 13-23.
22. Чуй І. Р., Власюк Н. І. Система методичного забезпечення оцінювання результативності доходно-прибуткових податків. Підприємство і торгівля : збірник наукових праць. 2020. Вип. 26. С. 103-108.
23. Update on the tax measures introduced during the COVID-19 crisis URL: https://www.oecd-ilibrary.org/sites/427d2616-en/1/3/2/index.html?itemId=/content/publication/427d2616-en&_csp_=1ebcf09c255186d32adec934a657a201&itemIGO=oecd&itemContentType=book#figure-d1e1175.

REFERENCES

1. Baranetska, O. and Martynuk V. (2008), Natsional'ni interesy Ukrainy v sferi fiskal'noi bezpeky, Nauka moloda, vol. 9, pp. 83-87.
2. Budgetno-podatkova bezpeka : navchal'nyj posibnyk, za red. H. V. Myskiv (2021), LDUVS, Lviv, 276 p.
3. Holikov, S. S. (2017), Podatkova skladova finansovoyi bezpeky Ukrainy, Naukovyj visnyk Hersonskoho derzavnogo universytetu, vol. 25, pp. 122-125.
4. Holikov, S. S. (2015), Sutnis't podatkovoyi bezpeky, Ekonomika ta derzava, vol. 9, pp. 130-136.
5. Dubrovskiy, V., Cherkashyn, V. and Hetman, O. (2021), Porivnyal'nyj analiz fiskalnoho efektu vid zastosuvannya instrumentiv uhylennya/unykennya opodatkovannya v Ukraini, Case Ukrainy, Instytut social'no-ekonomichnoyi transformaciyi, Kyiv, 55 p.
6. Dyachek, S. M. and Lehencuk, Yu. O. (2013), Otsinka rivnya finansovoyi bezpeky derzhavy: problemy ta

shlyahy vyrishennya, Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnoho tehnologichnoho universytetu, Ser. Ekonomichni nauky, vol. 2, pp. 219-226.

7. Zaharov, E. A. (2011), Nalohovaya bezopasnos't. Kriteriyi yeyo otsenki, Vestnik Beloruskogo gosudartsnennogo Universiteta, vol. 6, pp. 63-68.

8. Zvit pro resul'taty audytu efektyvnosti Derzhavnoyi fiskalnoyi sluzhby Ukrainy, Derzhavnoyi podatkovoyi sluzhby Ukrainy ta Derzhavnoyi mutnoyi sluzhby Ukrainy: zatverdzheno rishennyam Rakhunkovoyi palaty vid 22.12.2020 # 34-3 (2020), Kyiv, 186 p.

9. Zvity vykonannya Zvedenoho budgetu Ukrainy za 2016-2020 rr., available at: <https://www.treasury.gov.ua/ua>.

10. Ivanyshyna, O. S., Prokopenko, I. A. and Panura, Yu. V. (2021), Udoskonalennya podatkovoyi systemy yak factor pidvuschennya finansovoyi bezpeky derzhavy, Efectyvna ekonomika, vol. 4, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8775>.

11. Ivanov, Yu. B. and Berezyna, Yu. V. (2010), Podatkova bezpeka: sutnis't' ta umovy zabezpechennya, Ekonomika rozvytku, vol. 2(54), pp. 9-11.

12. Ishchenko, V. V. (2012), Podatkova skladova finansovoyi bezpeky derzhavy, Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti, vol. 37, pp. 35-40.

13. Lisovyy, V. V. (2017), Systema zagroz podatkovij bezpetsi: postanovka problemy, Publichne pravo, vol. 3(27), pp. 122-127, available at: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/pp_2017_3_18.pdf.

14. Lukavovska, I. R. (2014), Teoretychne obgruntuvannya mistysya podatkovoyi bezpeky v systemi finansovoyi bezpeky Ukrainy, Formuvannya rynkovuh vidnosyn v Ukraini, vol. 6, pp. 40-45.

15. Lutsenko, I. S. (2015), Metodychnyj pidhid do otsinuvannya rivnya podatkovoyi bezpeky derzhavy, Visnyk Hersonskoho derzhavnoho universytetu, Vol. 12, Chastuna 2, pp. 159-163.

16. Martynuk, V. P. and Baranetskaya, O. V. (2013), Otsenka ot del'nyh pokazateley fiskal'noj bezopasnosti gosudarstva, Biznes Inform, vol. 8, pp. 15-22.

17. Podik, I. I. and Honcharov, Yu. V. (2017), Podatkova skladova ekonomichnoyi bezpeky Ukrainy : monografiya, Interservis, Kyiv, 210 p.

18. Prezentaciya rezul'tativ strategichnogo analizu shhodo otsinky ryzykiv ta zagroz fiskal'noyi bezpeky Ukrainy v Kyjevi 22 grudnya 2020 roku, available at: <https://appu.org.ua/main-news/prezentaciya-rezultativ-strategichnogo-analizu-shhodo-ocinki-rizikiv-ta-zagroz-fiskalno%D1%97-bezpeki-ukra%D1%97ni-2/>.

19. Tymofeeva, I. Yu. (2011), Nalogovaya bezopasnost' gosudarstva, biznesa i obshhestva: koncepciya i metodologiya : avtoref. dys. d.e.n.: 12.00.14, M., 53 p.

20. Tymoshenko, O. V. (2014), Metodychni pidxody do otsinuvannya rivnya ekonomichnoyi bezpeky derzhavy, Biznes Inform, vol. 6, p. 32-37.

21. Tsymbalyuk, I. O. (2013), Podatkova bezpeka v systemi finansovoyi bezpeky derzhavy : kol. monografiya, za zag. red. O. V. Kendyuxova. Strategichne upravlinnya nacional'nym ekonomichnym rozvytkom : monografiya : v 2 t., DVNZ "DonNT", Donetsk, T. 2, pp. 13-23.

22. Chuy, I. R. and Vlasyuk, N. I. (2020), Systema metodychnogo zabezpechennya otsinuvannya rezul'tatyvnosti dohodno-prybutkovykh podatkov, Pidpryjemnytstvo i torgivlya : zbirnyk naukovykh prats, vol. 26, pp. 103-108.

23. Update on the tax measures introduced during the COVID-19 crisis, available at: https://www.oecd-ilibrary.org/sites/427d2616-en/1/3/2/index.html?item-Id=/content/publication/427d2616-en&csp_=1ebcf09c255186d32adec934a657a201&itemIGO=oecd&itemContentType=book#figure-d1e1175.

Стаття надійшла до редакції 12 листопада 2021 року

УДК 339.187:338.242+ 004.738.5

Шалева О. І.,

volex2007@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-4057-2789, Researcher ID: F-4533-2019,

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

ПУБЛІЧНІ ЗАКУПІВЛІ ЯК ОСНОВА B2G-СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Анотація. У статті досліджено сутність B2G-системи електронної комерції, визначено її відмінності від інших споріднених систем та можливі способи господарської взаємодії державних структур і суб'єктів бізнесу. Проаналізовано сучасний стан розвитку B2G-сегмента у світі та його суб'єктний склад в Україні. Виявлено, що наймасштабнішою складовою B2G є публічні закупівлі, які здійснюються з використанням інформаційно-комунікаційних технологій. Досліджено основні правові засади запровадження публічних закупівель в Україні, проведено аналіз основних передумов і етапів формування системи електронних публічних закупівель і механізмів, які забезпечують їх ефективне функціонування, а також ресурсів, які дають змогу ознайомитися зі специфікою її діяльності та забезпечити високий рівень кваліфікації учасників тендерів. Описано технологію функціонування електронної системи закупівель ProZorro та її основних структурних елементів у контексті застосування гібридного (подвійного) принципу організації роботи. Вивчено аналоги вітчизняної системи електронних закупівель, які функціонують у ряді країн-членів СОТ, і зазначено про високу її оцінку світового економічного співтовариства. Досліджено функціональні переваги авторизованих торгових майданчиків, які входять до складу системи ProZorro. Охарактеризовано основні показники діяльності ProZorro за період її функціонування в розрізі окремих напрямів діяльності як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках. Виявлено, що з метою популяризації електронних публічних закупівель серед потенційних виконавців і для підвищення ефективності функціонування відповідної системи в Україні регулярно проводяться масштабні заходи, які дають змогу відзначати найкращих її учасників. Уточнено, що представники бізнес-структур на належному рівні оцінюють основні організаційні, інформаційні та технологічні механізми ProZorro, водночас визначаючи певне коло проблем, пов'язаних із функціонуванням цієї системи на сучасному етапі.

Ключові слова: електронна комерція, B2G, публічні закупівлі, тендери, електронна система публічних закупівель, ProZorro, електронний торговельний майданчик.

Shaleva O. I.,

volex2007@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-4057-2789, Researcher ID: F-4533-2019,

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

PUBLIC PROCUREMENT AS A BASIS OF B2G-SYSTEM OF THE E-COMMERCE

Abstract. The article examines the essence of the B2G system of e-commerce, identifies its differences from other related systems and possible ways of economic interaction between government agencies and businesses. It was discovered that the largest component of B2G is public procurement, which is performed using information and communication technologies. The main legal principles of public procurement in Ukraine were studied, the main prerequisites and formation stages of the electronic public procurement system were analyzed, as well as resources that allow to get acquainted with the specifics of its activities and ensure a high level of bidders qualification. The technology of the electronic ProZorro procurement system functioning and its main structural elements in the context of the hybrid (double) principle of work organization applying are described. The analogues of the domestic e-procurement system, which operate in several WTO member countries, were studied and their appreciation by the world economic community was noted. The functional advantages of authorized trading platforms, which are a part of the ProZorro system, have been studied. The main indicators of ProZorro's activity for the period of its functioning in the separate directions of activity, both on domestic and international markets were described. It was discovered that to promote e-procurement among potential contractors and to increase the relevant system efficiency, Ukraine regularly

holds large-scale events that allow noting the best participants. It is specified that the business structures representatives properly evaluate the main organizational, informational and technological mechanisms of ProZorro, at the same time identifying a range of issues related to the functioning of this system at the present stage.

Key words: e-commerce, B2G, public procurement, tenders, electronic public procurement system, ProZorro, electronic trading platform.

JEL Classification: E69, H57, H89, K39, L81, Q01

DOI:<https://doi.org/10.36477/2522-1205-2021-65-22>

Постановка проблеми. Функціонування державного механізму передбачає виконання ним основних завдань щодо вирішення загальнодержавних проблем і забезпечення належного соціально-економічного розвитку будь-якої країни. Діяльність державних організацій, установ і підприємств, пов'язана із закупівлею товарів, робіт і послуг за кошти державного бюджету, забезпечується через систему публічних закупівель. Передова світова практика свідчить, що найбільш ефективно такі закупівлі здійснюються на засадах доступності, конкурентності та публічності. Така закупівля забезпечує постачання товарів, робіт чи послуг з ринковою ціною з детальним порівнянням якості, кількості, часу і місця розташування постачальника. Як комерційні, так і державні структури повинні бути зацікавленими в чесній і відкритій конкуренції та докладати значних зусиль, щоб мінімізувати ризики змови і шахрайства. Публічні закупівлі є дієвим засобом державного регулювання економічного середовища. При цьому застосування сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, притаманних електронній комерції, дає змогу забезпечити високий рівень організації всіх процесів, зробити їх максимально ефективними та відкритими для широкого загалу. Крім того, Законом України “Про публічні закупівлі” передбачено, що основна частина закупівель здійснюється саме шляхом використання електронної системи закупівель. Саме тому аналіз сучасного стану розвитку системи публічних закупівель як складової електронної комерції дає можливість об'єктивно оцінити ефективність функціонування державного механізму та його взаємодії з суб'єктами ринку товарів і послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика формування і розвитку вітчизняної системи публічних закупівель порушувалася в публікаціях Альцивановича О. В. [1], Джабраїлова Р. А. [2], Вареник В. М., Здирко Н. Г., Лайка О. І., Мельникова О. С. [3], Парасій-Вергуненко І. М., Русіна В. М., Севостьянової Г. С., Сошнікова А. О. [4], Такачика Ф. П., Фаїзова А. В. Серед зарубіжних науковців слід відзначити Гелбрейта Дж., Менк'ю Г., Стігліца Дж. [5], Тейлора М. Проте в переважній більшості праць публічні закупівлі розглядалися без урахування їх безпосередньої належності до електронного ринкового середовища.

Постановка завдання. Виходячи з вищесказаного, метою статті є дослідження сучасного стану і проблем розвитку системи публічних закупівель як базового інструмента B2G в Україні та світі.

Виклад основного матеріалу дослідження. За даними щорічного звіту за результатами дослідження “Глобального індексу мережевої взаємодії у 2020 році” (Global Connectivity Index, GCI), яке проводиться для аналізу ІКТ-інфраструктури та цифрової трансформації, Україна займає 52 місце серед 79 країн світу, котрі генерують 95% світового ВВП. З таким показником вона належить до країн-ранніх адоптерів цифрової економіки [6]. Рейтинг нашої держави за Індексом мережевої готовності (Networked Readiness Index), який відображає інноваційний і технологічний потенціал країн світу, а також можливості їх розвитку в сфері високих технологій та цифрової економіки у 2020 р., – 64 місце зі 134 країн [7].

За визначенням британського журналу The Economist цифрова економіка – це економіка, що здатна забезпечити високоякісну ІКТ-інфраструктуру та мобілізувати можливості споживачів, бізнесу та держави [8].

Найбільш розвинутою складовою цифрової економіки є електронна комерція, а поєднання інтересів бізнесу та держави максимальною мірою відображається в функціонуванні системи (моделі) B2G.

B2G (від англ. “Business-to-Government” – бізнес для уряду; в окремих випадках B2A – “Business-to-Administration” або “бізнес-для-адміністрації”) – це форма бізнесових трансакцій з приводу купівлі-продажу товарів і послуг між суб'єктами комерційної господарської діяльності та урядовими організаціями. Основні відмінності B2G від інших систем електронної комерції проаналізовано в табл. 1 [9].

Комерційні структури можуть взаємодіяти з державними установами різними способами:

- орендувати приміщення, котрі перебувають у державній формі власності;
- орендувати обладнання в держави на засадах лізингу;
- укладати концесійні угоди (договори на будівництво чи реконструкцію нерухомості, яка буде належати державі);
- отримувати контракти від держави на постачання товарів і надання послуг (публічні закупівлі).

Суб'єкти господарювання-учасники B2G повинні відповідати вимогам, які встановлюють відповідні державні установи, а залученість їх до системи відіграє важливу роль у цілому світі (рис. 1) [10].

Порівняльна характеристика основних систем електронної комерції

	B2B	B2C	B2G	C2C
Мета угоди	Для розвитку бізнесу	Для особистих потреб	Для державних потреб	Для особистих потреб
Середній бюджет покупки	Великий	Невеликий	Великий	Невеликий
Обсяг замовлень	Може бути значним	Невеликий	Значний	Незначний
Кількість клієнтів	Обмежена	Значна	Обмежена	Значна
Реклама і маркетинг	Орієнтовані на певного клієнта	Орієнтовані на необмежену кількість клієнтів	Орієнтовані на інформування державних замовників	Орієнтовані на необмежену кількість клієнтів

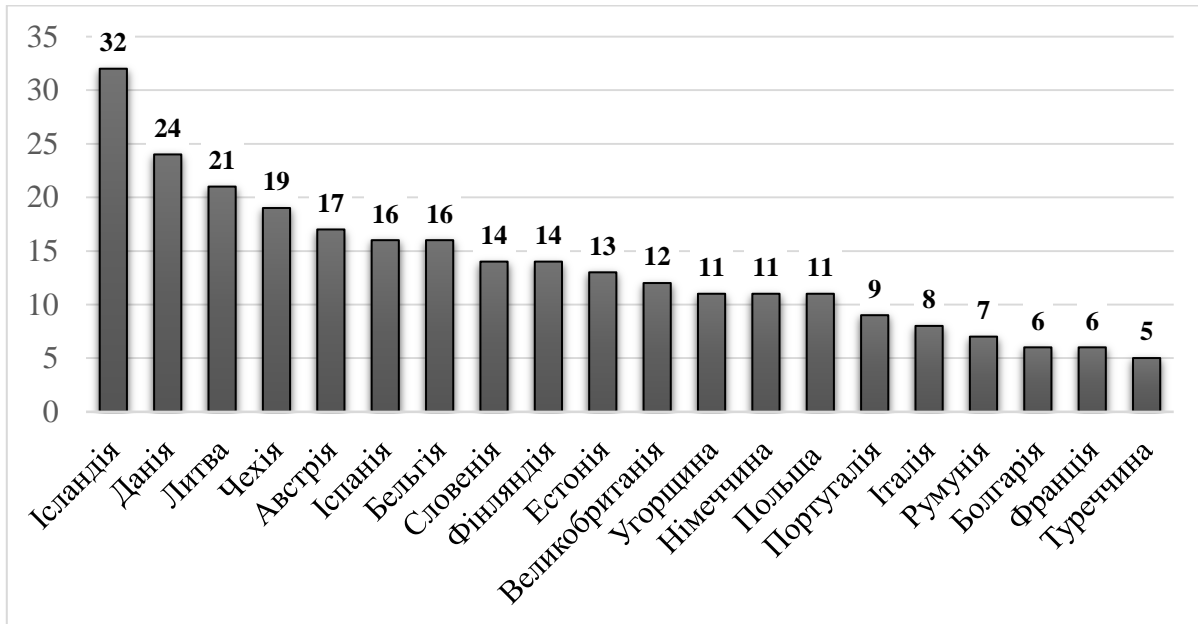


Рис. 1. Частка підприємств, які були задіяні в B2G-системі електронної комерції у 2020 р.



Рис. 2. Основні категорії покупців у системі B2G в Україні

Водночас цей сегмент бізнесу вимагає максимальної відповідальності, оскільки неправильна організація процесу може зашкодити репутації компанії та її подальшим діловим зв'язкам.

Покупцями в системі B2G можуть бути різноманітні структури, що підпорядковуються та перебувають у сфері прямого впливу держави (рис. 2).

Серед основних особливостей системи B2G можна назвати такі моменти:

- комерційні зв'язки обов'язково формуються на договірних засадах, а сам договір найчастіше укладається на конкурсній основі;
- механізм прийняття рішень досить складний і багаторівневий;
- уряд та державні установи здійснюють одноразові, переважно великі закупівлі;
- процеси оплати й обліку фінансів є достатньо складними;
- якщо постачальник не виконує свої зобов'язання (недотримання умов поставки, поставання неякісного товару тощо), на нього можуть накладатися певні санкції;
- значну, а часто і ключову роль у виборі постачальника відіграє вартість його продукції.

B2G-угоди укладаються в кілька етапів під контролем спеціалістів, котрі забезпечують контроль потреб держзамовника, пошук клієнтів серед адміністративних установ, дотримання всіх пунктів угоди, точне виконання платіжних операцій.

Наймасштабнішою складовою системи B2G є публічні (державні) закупівлі. Так, за даними Світового банку (World Bank), вони складають приблизно 10-15% світового ВВП [11]. У США обсяги закупівель, які щорічно здійснює уряд через державні сайти електронної комерції за федеральним графіком поставок (federal supply schedule – FSS), перевищують 1,5 млрд дол.

Загалом під закупівлею розуміють процес пошуку, узгодження умов і придбання товарів, послуг або робіт із зовнішнього джерела, часто шляхом проведення тендерів або конкурсних торгів.

Публічні закупівлі – це придбання замовником товарів, робіт і послуг у порядку, встановленому законодавством. В Україні з метою врегулювання сучасної системи публічних закупівель 25 грудня 2015 р. було прийнято Закон України “Про публічні закупівлі” №922-VIII. Це було обумовлено приєднанням нашої держави до Угоди СОТ про державні закупівлі (Agreement on Government Procurement, GPA/133) і необхідністю виконання міжнародних угод у сфері публічних закупівель шляхом адаптації вітчизняного законодавства до стандартів ЄС. Як наслідок, у 2016 р. в дію було введено електронну систему публічних закупівель ProZorro (з 12 лютого 2015 р. вона працювала в тестовому режимі), яка з 1 квітня стала обов'язковою для центральних органів влади, а з 1 серпня – для всіх інших державних замовників. У порівнянні з 2015 р. у 2016 р. обсяг державних закупівель, розрахований як сумарна вартість укладених договорів, зріс на 17%. Загалом у 2016 р. з її використанням було здійснено 366,5 тис. закупівель на загальну суму майже 275 млрд грн, середня кількість пропозицій, яка припадала на одні торги, – 2,45. За цей же період було завершено 101,7 тис.

процедур закупівель, що підпадали під дію ЗУ “Про публічні закупівлі” (сума укладених договорів за процедурами перевищила 234 млрд грн). Вже наступного 2017 р. кількість проведених закупівель (за результатом яких було укладено договори) зростає більш ніж у 2 рази (до 869,3 тис.), а їх вартість – у 1,8 рази, склавши 500 млрд грн [12].

Слід зауважити, що Закон України “Про публічні закупівлі” за період своєї дії зазнав численних змін, зокрема щодо уточнень предмета закупівель, кваліфікаційних критеріїв та інших вимог до учасників, оприлюднення інформації, організаційних процедур окремих типів закупівель, укладання договору про закупівлю та модифікації процедури оскарження. Поточна редакція діє від 10 листопада 2021 р.

У відповідності зі згаданим вище Законом України “Про публічні закупівлі” електронна система закупівель – це інформаційно-телекомунікаційна система, яка має комплексну систему захисту інформації з підтвердженою відповідністю згідно із Законом України “Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах”, що забезпечує проведення закупівель, створення, розміщення, оприлюднення, обмін інформацією і документами в електронному вигляді, до складу якої входять веб-портал Уповноваженого органу, авторизовані електронні майданчики, між якими забезпечено автоматичний обмін інформацією та документами. Уповноважений орган – центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику в сфері публічних закупівель. Функції Уповноваженого органу було покладено на Міністерство економічного розвитку і торгівлі України (з 2019 р. – Міністерство економіки, торгівлі та сільського господарства України, а з травня 2021 р. – Міністерство економіки України).

У межах реалізації програми підвищення рівня професіоналізації у 2016 р. було створено базу знань для суб'єктів сфери публічних закупівель, яка поєднала в собі три складові:

1. Державний безкоштовний онлайн-курс “Публічні закупівлі” для спеціалістів-замовників, розділений на базовий і поглиблений рівні.

2. Інформаційний ресурс, створений Уповноваженим органом і розміщений на офіційному веб-сайті Мінекономрозвитку, на якому надавалися онлайн-консультації суб'єктам сфери публічних закупівель.

3. Методичні матеріали, розміщені на інтернет-ресурсі [http:// infobox.prozorro.org](http://infobox.prozorro.org): понад 35 роз'яснювальних статей, 4 онлайн-курси самопідготовки (за час роботи ресурсу їх пройшли більш ніж 3 тис. користувачів), бібліотека з 230 примірних специфікацій різноманітних товарів.

Мета системи ProZorro – зробити процес використання державних коштів прозорим та ефективним, а корупційні схеми в публічних закупівлях – неможливими. З цієї метою у 2016 р. продовжувався розвиток модуля аналітики <http://bi.prozorro.org>, а також було створено моніторинговий портал Dozorro, що давав можливість всім бажаючим відслідковувати підозрілі закупівлі і повідомляти про них. Крім того, в листопаді цього ж року було

запущено сестринський проект ProZorro – ProZorro.Продажі, платформу для продажу майна неплатоспроможних банків та держпідприємств.

Також у межах Проекту “Підтримка впровадження в Україні Угоди СОТ про державні закупівлі та розбудова спроможності українських постачальників” на інформаційному ресурсі про публічні закупівлі Інфобокс. ProZorro було створено розділ “Міжнародні тендери GPA” (<https://infobox.prozorro.org/gpa>), призначений для надання практичної допомоги вітчизняному бізнесу стосовно участі у публічних закупівлях за межами України, насамперед у країнах-сторонах Угоди СОТ “Про державні закупівлі”.

Однією з переваг електронної системи публічних закупівель стала можливість економії бюджетних коштів завдяки відкритості даних у системі та простоті участі у публічних закупівлях, що забезпечує конкуренцію на торгах. Економія розраховується як різниця між очікуваною вартістю закупівлі та сумою укладеного договору. Загальна економія бюджетних коштів у закупівлях, що успішно завершилися в 2016 р., склала близько 10 млрд грн, а вже у 2017 р. – понад 27 млрд грн.

Слід зазначити, що вітчизняна система електронних закупівель створювалася як аналог платформ, що ефективно функціонують у країнах СОТ (табл. 2) [13].

Таблиця 2

Національні платформи публічних закупівель окремих країн-членів угоди СОТ про державні закупівлі

№ з/п	Країна	Платформа	Електронна адреса платформи
1	ЄС	TED (Tenders Electronic Daily)	http://ted.europa.eu/
2	Канада	Buy and Sell Canada	https://buyandsell.gc.ca
3	Австрія	Federal Procurement Agency (FPA), ASFINAG, ÖBB Holding AG	http://www.bbg.gv.at/ https://www.auftrag.at/ https://www.provia.at/
4	Фінляндія	Hensel	www.hansel.fi https://www.hankintailmoitukset.fi/ https://tarjouspalvelu.fi/ https://hanki.tarjouspalvelu.fi/
5	Франція	Plate-forme des Achats de l'Etat	https://www.marches-publics.gouv.fr/ https://www.marches-publics.info/
6	Німеччина	Organisation des Beschaffungsamtes	http://www.bescha.bund.de/ https://vergabe.hilgmbh.de/ https://vergabeplattform.bwi.de/ https://www.subreport-elvis.de/ https://www.dtv.de/ https://www.evergabe-online.de/ https://vergabekooperation.berlin/
7	Італія	Il Programma per la razionalizzazione degli Acquisti (The Program for the Rationalization of Public Authority Purchases)	https://www.acquistinretepa.it/ https://www.consip.it/ https://portaleacquisti.gruppore.it/ https://intercenter.regione.emilia-romagna.it/ https://www.ariaspa.it/ https://albi.adspmaredisardegna.it
8	Нідерланди	TenderNed	https://www.tenderned.nl https://portal.negometrix.com/ https://eu.eu-supply.com/
9	Англія	gov.uk	https://www.gov.uk/contracts-finder https://www.gov.uk/digital-marketplace-sellers https://www.procure-plus.com/ https://procontract.due-north.com/
10	Японія	Jetro	https://www.jetro.go.jp
11	Чеська Республіка	Vestnik	https://www.vestnikverejnychzakazek.cz/ http://www.isvz.cz/ https://nen.nipez.cz/ https://tenderarena.cz/ https://ezak.cz/ https://fen.cz/ https://fen.cz/
12	Естонія	E-procurement Estonia	https://riigihanked.riik.ee
13	Польща	Urzad Zamowien Publicznych	http://www.uzp.gov.pl/
14	Ізраїль	Government Pprocurement Administration	https://mr.gov.il/
15	США	FedBizOps	https://www.fbo.gov/ https://fbohome.sam.gov/ https://www.acquisition.gov/ https://www.fsd.gov/fsd-gov/home.do

У 2016 р. ProZorro отримала визнання на міжнародному рівні: українська система була визнана ЄБРР як рекомендована модель для впровадження в інших країнах. У травні 2016 р. у Лондоні вона отримала міжнародну премію у сфері закупівель – World Procurement Awards 2016 в номінації “Публічний сектор за створення і впровадження електронної системи з унікальною архітектурою”. У грудні того ж року в Парижі систему ProZorro визнано найкращою в світі ініціативою відкритого урядування та було нагороджено міжнародною премією Open Government Awards 2016, яка відзначає громадські ініціативи, що покращують життя громадян на державному рівні. Крім того, 2020 р. вона була визнана найбільш прозорою системою публічних закупівель року за версією **Transparent Public Procurement Rating** [14].

Сучасна система електронних публічних закупівель складається з веб-порталу ProZorro й авторизованих електронних майданчиків, між якими забезпечено автоматичний обмін інформацією та документами. Портал забезпечує відкритий доступ до бази даних тендерів та надає послугу проведення редукації (аукціону, в якому кроки здійснюються на зниження ціни і котрий є стандартним способом проведення відкритих тендерних закупівель за процедурою допорогових закупівель, відкритих торгів, конкурентного діалогу).

Технічне ядро системи складається з інструментарію OpenProcurement: Центральної бази даних (ЦБД) й API. OpenProcurement є інструментарієм для електронних закупівель з відкритим кодом, і він уперше був застосований для ProZorro з використанням стандарту відкритих даних – Open Contracting Data Standard.

Учасники системи – замовники та постачальники – працюють на електронних майданчиках. На сьогоднішній день система об'єднує більш ніж 35 тис. державних та комунальних органів влади і

підприємств, які виступають замовниками товарів, робіт і послуг, та майже 250 тис. комерційних компаній-постачальників. Обов'язки щодо забезпечення функціонування та наповнення системи покладено на власника системи – ДП “Прозорро”. ДП “Прозорро” разом із електронною системою ProZorro належать державі Україна та підпорядковуються Кабінету Міністрів України.

Схема взаємодії замовників і постачальників через систему ProZorro представлена на рис. 3.

Насамперед замовник через власний кабінет розміщує оголошення про закупівлю (тендер) на майданчику, де він зареєстрований (1). До оголошення потрібно прикріпити тендерну документацію, в якій прописуються кваліфікаційні критерії, характеристика предмета закупівлі, критерії оцінки тендерних пропозицій. Це оголошення передається з майданчика до центральної бази даних (2), у якій відбуваються трансакції та зберігається вся інформація, а з неї – до інших майданчиків (3). Відповідно, потенційний постачальник, який планує взяти участь у тендері, через власний кабінет розміщує свою пропозицію на тому майданчику, де він зареєстрований (4). При прийманні пропозиції засекреченими залишаються як імена учасників, так і її вартість. Пропозиція, як і оголошення про закупівлю, також передається до ЦБД (5), а потім – на інші майданчики порталу. В подальшому інформація про вартість розкривається, однак імена учасників, як і раніше, залишаються засекреченими. З метою усунення конкурентів учасники максимально знижують розцінки на свою продукцію (роботи, послуги). Учасник із найнижчою ставкою може робити тендерну пропозицію в раунді останнім. Якщо компанія-переможець здатна виконати умови угоди, то з нею укладається договір. Після цього з тендером можуть ознайомитися всі бажаючі.

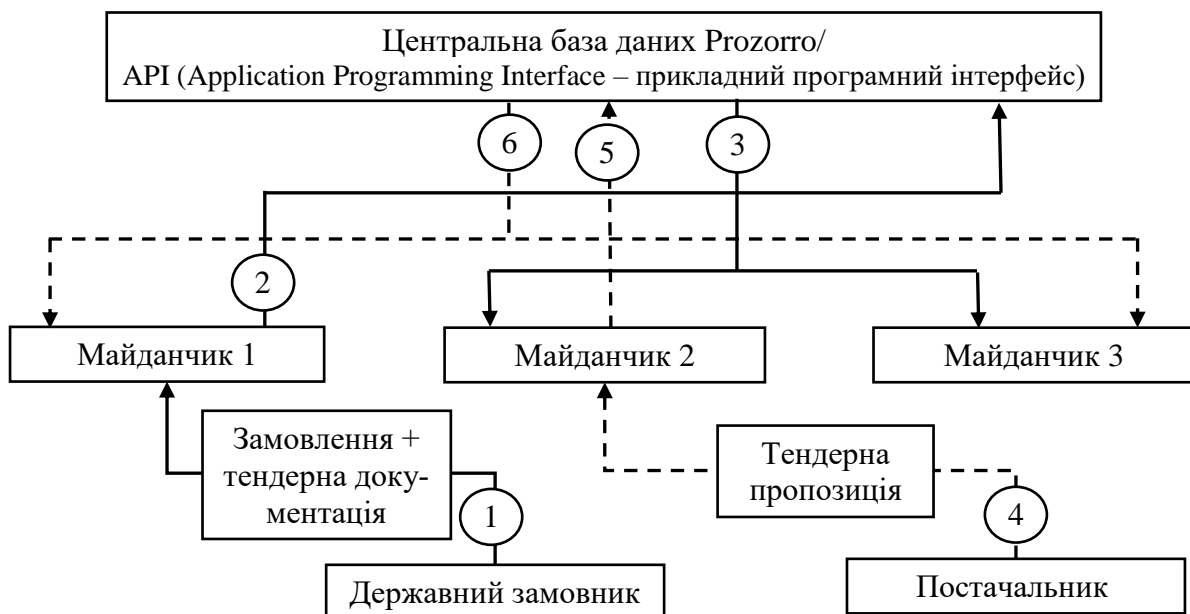


Рис. 3. Схема функціонування електронної системи публічних закупівель ProZorro

Принцип функціонування електронної системи, при якому інформація через ЦБД оприлюднюється одночасно на порталі та всіх його майданчиках, називають гібридним або дворівневим.

Слід підкреслити, що дані Єдиної системи електронних закупівель є дозволеними для їх подальшого вільного використання та поширення: будь-яка особа може вільно копіювати, публікувати, поширювати, використовувати (зокрема, в комерційних цілях), у поєднанні з іншою інформацією або шляхом включення до складу власного продукту, публічну інформацію у формі відкритих даних із обов'язковим посиланням на джерело отримання такої інформації.

Моніторинг системи публічних закупівель є можливим завдяки модулю візуалізації та агрегації даних (BI) на базі програмного забезпечення QlikView. Існують дві версії модуля: публічний

(вільний доступ) і професійний (необхідна ліцензія для користування). Функціонал обох модулів передбачає візуалізацію даних ЦБД у зручному для користувачів форматі, але лише професійний модуль дозволяє користувачам завантажувати дані. Кожна версія модуля є інтерактивною онлайн-системою звітності, де користувачі можуть перевіряти узагальнені результати публічних закупівель, а також досліджувати закупівлі більш детально, використовуючи інтуїтивну систему drag-and-drop.

Усі 13 авторизованих електронних майданчиків працюють за єдиними тарифами та процедурами, проте суттєво відрізняються за рівнями акредитації, зручністю роботи, рівнем сервісу та переліком додаткових послуг. Їх характеристики наведені в табл. 3.

Таблиця 3

Особливості функціонування авторизованих електронних майданчиків Єдиної системи електронних закупівель ProZorro

№ з/п	Майданчик	Організатор майданчика	Рівні акредитації	Функціональні особливості майданчика
1	2	3	4	5
1	Zakupki.prom.ua	ТОВ "ЗАКУПКИ.ПРОМ.УА"	I-V	- безкоштовне навчання (вебінари, відеокурси, тренажер аукціону); - перевірка замовника та постачальника за відгуками і рейтингом; - мобільний додаток.
2	SmartTender.biz	ТОВ "СМАРТТЕНДЕР"	I-V	- індивідуальні звіти та аналітика конкурентів; - можливість підписання КЕП кожного документа в тендерній пропозиції; - замовлення довідок МВС онлайн та видача до 2-х днів.
3	<u>GOV.AUCTION</u>	ТБ "ПУБЛІЧНІ АУКЦІОНИ"	I-IV	- індивідуальні зустрічі з питань користування майданчиком.
4	<u>IZI.TRADE</u>	ТОВ "ІЗІ.Трейд"	II, IV	- персональний менеджер; - відтермінування платежу; - індивідуальні доопрацювання системи під потреби клієнтів.
5	<u>Newtend</u>	ТОВ "НЬЮТЕНД"	I-IV	- пошук та аналітика з вивантаженням даних в Excel; - нотифікації; - вайбер-бот.
6	<u>PlayTender</u>	ТОВ "Плейтендер"	I-IV	- реєстрація за допомогою КЕП без укладання договорів; - онлайн-оплата та відстрочки платежу; - наявність банківських гарантій.

1	2	3	4	5
7	<u>ТЕНДЕР - online</u>	ПП “ТЕНДЕР ОНЛАЙН”	I-V	- сертифікат комплексної системи захисту інформації; - послуги персонального менеджера; - особливі тарифи від банка-партнера на банківські гарантії.
8	<u>Zakupivli24</u>	АТ КБ “ПРИВАТБАНК”	I-IV	- реєстрація за допомогою КЕП без укладання договорів; - онлайн-оплата та відстрочки платежу.
9	<u>E-tender</u>	ТОВ “Е-Тендер”	I-IV	- персональний менеджер для постачальників; - індивідуальна аналітика по власній участі, конкурентах, ринках; - повідомлення у Вайбер і Телеграм; - безкоштовна участь у комерційних закупівлях.
10	Держзакупівлі. Онлайн	ТОВ “Держзакупівлі. Онлайн”	I-IV	- безкоштовна юридична підтримка; - безкоштовне навчання для клієнтів; - наявність регіональних представництв.
11	<u>Українська універсальна біржа</u>	ТОВ “Українська універсальна біржа”	I-IV	- телеграм-бот; - наявність регіональних представників; - аналітика тендерів та учасників.
12	<u>Public Bid</u>	ТОВ “ІТ Контракт”	I-IV	- додаткові сервіси; - пошук за оскарженням (вимогами); - підписка.
13	<u>zakupki.com.ua</u>	ТОВ “ЗАКУПІВЛІ:ЮА”	I-IV	- прогноз переможної ціни та конкурентів на аукціоні; - щотижневі вебінари та інструкції, індивідуальне навчання.

Правила торгів на електронних майданчиках уніфіковані, тобто однакові для всіх, незалежно від того, який саме майданчик був обраний. Ймовірність шахрайства чи змови мінімізована, оскільки торги проводяться відкрито, а учасники приховані за допомогою цифрових позначень. Дізнатися про те, хто саме переміг в аукціоні, його організатор зможе лише після того, як торги завершаться. Крім традиційних аукціонів на підвищення ціни, в системі ProZorro також є аукціони, створені на основі голландської моделі – на пониження ціни. Завдяки цьому можна швидко розпродати проблемні активи, що не були продані на звичайних торгах. За всіма аукціонами можна спостерігати в режимі реального часу, і вдень, і вночі.

Сучасний стан розвитку вітчизняних публічних закупівель можна проаналізувати за допомогою комплексу показників (табл. 4) [7].

Від початку роботи електронної системи закупівель до 1 січня 2021 р. оголошено 7,7 млн процедур із очікуваною вартістю 4,3 трлн грн, із яких

кількість успішно завершених перевищує 7 млн з очікуваною вартістю 2,8 трлн грн. Загалом кількість завершених тендерів у 2020 р. в порівнянні з 2019 р. збільшилася у 2,8 рази, а кількість лотів – практично в 3 рази. Найчастіше у 2020 р. організатори закуповували товари (67,8% всіх завершених закупівель), у той час як на послуги припало лише 26,2%, а на закупівлі робіт – лише 6% [12].

Порівняно з попереднім роком кількість активних замовників зросла на 23,8% і склала 37,9 тис. Найбільша їх кількість була зосереджена в Київській, Дніпропетровській, Львівській, Донецькій та Одеській областях. При цьому 23,55% замовників протягом року провели від 1 до 10 закупівель, 11,27% – від 11 до 20 закупівель, від 20 до 100 закупівель було проведено 36,34% замовниками і більше 100 закупівель на рік провели 28,85% замовників [7]. Водночас зросла і кількість учасників, що свідчить про зменшення бар'єрів для участі у публічних закупівлях та підвищення довіри представників бізнесу до процесу публічних закупівель.

Результати функціонування системи електронних публічних закупівель в Україні у 2020 р.

Метод закупівель	Кількість тендерів, тис.	Кількість унікальних учасників, тис.	Очікувана вартість лотів, млрд грн	Середня кількість пропозицій на торги	Сума договорів, млрд грн
Процедура звітування про укладений договір	3062,6	221,6	111,548	-	111,026
Переговорна процедура	30,9	11,4	63,189	-	58,842
Переговорна процедура за нагальною потребою	29,6	3,5	34,808	-	31,403
Переговорна процедура (для потреб оборони)	2,2	1,7	19,523	2,42	17,083
Відкриті торги	91,1	41,4	159,461	2,76	142,304
Відкриті торги з публікацією англійською мовою	7,9	10,1	288,151	3,13	259,437
Електронні каталоги	6,7	-	0,099	-	0,099
Закупівля за рамковою угодою	0,4	0,1	6,057	4,88	5,231
Допорогова закупівля	74,3	-	19,037	-	17,034
Спрощені закупівлі	110,3	35,6	18,242	-	16,148
Звіт про укладений договір (COVID-19)	129,2	11,9	27,181	-	26,627
Конкурентний діалог	0,0	0,0	0,603	3,00	0,477
Конкурентний діалог з публікацією англійською мовою	0,0	0,0	0,004	3,00	0,003

Найбільшим джерелом фінансування публічних закупівель за сумою договорів є Державний бюджет України – понад 198 млрд грн. (45,5%). Місцеві бюджети складають понад 117 млрд грн (26,9%) всього фінансування, власні бюджети (кошти від господарської діяльності підприємства) – більш ніж 98 млрд грн (22,66%) [12].

Протягом 2020 р. участь у публічних закупівлях України взяли 593 учасники з 43 країн світу. Частка договорів, укладених із іноземними учасниками, від загальної кількості склала 0,02% на суму понад 32 млрд грн. У топ-5 країн за кількістю укладених договорів входять Чехія, Великобританія, Польща, Німеччина та Швейцарія.

Економія коштів в закупівлях, що успішно завершилися у 2020 р., перевищила 47,3 млрд грн, в той час як у 2019 р. цей показник був дещо більшим ніж 28 млрд. грн. Всього ж за 5 років існування системи бюджетна економія склала 150 млрд грн.

Як вже зазначалося, однією з переваг електронної системи закупівель є її відкритість і транспарентність. Це полегшує контроль за нею не лише державним органам, але й громадському сектору. На сьогоднішній день існує достатньо громадських об'єднань і засобів масової інформації, які слідкують за ефективним використанням бюджетних коштів. У контексті нашого дослідження серед них слід виділити моніторинговий портал DoZorro (проект Transparency International Україна за підтримки Open Contracting Partnership, Omidyar Network, МФ “Відродження”, проекту “Прозорість і підзвітність у державному управлінні та послугах” (USAID, UKaid, Eurasia Foundation), а також EBRD’s та Ukraine Stabilisation and Sustainable

Growth Multi-Donor Account (MDA)) і ГО “Платформа Громадський Контроль”, партнерами якого є аналітична система для комплаєнсу, аналізу ринків, ділової розвідки та розслідувань YouControl, Представництво ЄС в Україні, Європейський фонд підтримки демократії (EED, European Endowment for Democracy) і проєкт ЄС “Антикорупційна ініціатива Європейського Союзу в Україні” (EUACI, **EU Anti-Corruption Initiative**).

Для відзначення кращих учасників сфери електронних публічних закупівель із 2016 р. щорічно вручається Всеукраїнська професійна премія ринку електронних торгів “Zakupki. Кращі”. Взяти участь у боротьбі за неї можуть як державні, так і комерційні компанії, а нагороди присуджуються в трьох номінаціях: “Громадський вибір”, “За результатами в системі” та “Експертний вибір”. У першій номінації суб’єкти господарювання можуть номінувати себе або партнерів, а переможців обирають відкритим голосуванням. Кращих у номінаціях “За результатами в системі” та “Експертний вибір” визначають представники майданчика-організатора премії Zakupki.Prom і порталу DoZorro. Цьогоріч нагородження проводилося 28 липня за результатами 2020 р. і вперше в категорії “Експертний вибір” було нагороджено замовника та постачальника, які найактивніше залишали відгуки про своїх партнерів на майданчику [16].

Також Zakupki.Prom.ua проводить наймасштабніший в Україні захід, який стосується державних і комерційних закупівель – Forum Zakupki. У 2021 р. він проходив в онлайн-форматі 6-7 квітня, його спікерами були 24 експерти, а учасники поділялися на два слоти: “Forum Zakupki: нова ера для

замовників” і “Forum Zakupki: нова ера для поставальників” [17].

З метою аналізу ефективності функціонування електронної системи публічних закупівель ProZorro Transparency International Україна проводилося дослідження “По той бік ProZorro: чи довіряє український бізнес публічним закупівлям”, для чого було опитано 599 учасників закупівель у системі [18].

За даними цього опитування, 54% учасників загалом задоволені роботою системи ProZorro. Серед них 80% опитаних задоволені роботою в електронних майданчиках ProZorro, 70% – зручністю пошуку тендерів, 79% – подачею тендерних пропозицій. Крім того, 63% підприємців були зареєстровані одразу на кількох майданчиках, що свідчить про високу конкуренцію майданчиків на ринку.

Разом з тим, 24% опитаних стверджували, що безпосередньо стикалися з корупцією при роботі з системою ProZorro, у 19% – стикалися їхні знайомі. При цьому 41% вказали, що з корупцією в ProZorro не стикалися, причому цей показник був більшим на 9%, аніж до появи електронної онлайн-системи.

Серед проблем, із якими бізнес найчастіше стикається в публічних закупівлях, опитані учасники назвали: дискримінаційні вимоги в тендерній документації (69,9%), вимоги необов'язкових документів (68,1%), безпідставне відхилення пропозиції (55,8%). 84% опитаних вважали, що відповідальність і покарання замовників за порушення у сфері публічних закупівель необхідно посилити.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. В процесі історичного й економічного розвитку суспільства сформувалися стійкі та різноманітні типи взаємозв'язків держави та бізнес-структур. Держава володіє економічними, силовими й інформаційними ресурсами, а бізнес – організаційними, фінансовими, експертними та інноваційними. Їх взаємодія забезпечує належний політичний, економічний і соціальний розвиток кожної країни. Застосування інформаційно-комунікаційних технологій у цьому випадку суттєво спрощує і підвищує якість цієї взаємодії.

Саме тому одним із найбільш перспективних напрямів розвитку електронної комерції є електронні публічні закупівлі, які набули достатнього поширення в розвинених країнах світу. Впровадження аналогічної системи дало змогу українській державі увійти в глобальне правове та ринкове середовище, посилити боротьбу з корупцією, забезпечити справедливу та вільну конкуренцію завдяки збільшенню кількості поставальників та відкритості торгів, а також суттєву економію бюджетних коштів, проте не позбавило всіх проблем. Водночас процес розвитку та вдосконалення системи публічних закупівель триватиме і далі, що визначає потребу в її подальших наукових та прикладних дослідженнях.

ЛІТЕРАТУРА

1. Альциванович О. В., Цимбаленко Я. Ю. Теоретико-категоріальний аналіз поняття публічних

закупівель та корупційних ризиків при їх здійсненні в Україні. Аспекти публічного управління. 2018. Т. 6. № 9. С. 92-103.

2. Джабраїлов Р. А., Малолітнева В. К. Публічні закупівлі як засіб державного регулювання господарської діяльності та реалізації цілей сталого розвитку. Право України. 2019. № 8. С. 47-64.

3. Мельников О. С. Особливості публічних закупівель як об'єкта державного регулювання економіки. Теорія та практика державного управління. 2016. Вип. 1. С. 129-135.

4. Сошніков А. О. Теоретичні засади здійснення публічних закупівель. Часопис Київського університету права. 2015. № 3. С. 221-226.

5. Stiglitz J., Rosengard J. K. Economics of the Public Sector. 3rd ed. New York : W.W. Norton. 960 p.

6. Huawei опублікувала сьомий щорічний звіт Global Connectivity Index: п'ять основних етапів цифрової трансформації галузі. URL: <https://cutt.ly/YT0aKsr>.

7. Цифрова економіка та інформаційно-комп'ютерні технології. URL: <https://cutt.ly/9T0aCdt>.

8. Technology isn't working. The Economist. 2014. Oct 2nd. URL: <https://cutt.ly/9T2xcMf>.

9. Что такое B2B, B2C, B2G, C2C: обзор главных отличий, примеры + инструкция как грамотно организовать продажи в этих сферах. URL: <https://cutt.ly/xT0aN19>.

10. Share of enterprises making B2B and B2G e-commerce sales via a website in 2020, by country. URL: <https://www.statista.com/statistics/1196536>.

11. WTO and government procurement. URL: http://https://www.wto.org/english/tratop_e/gproc_e/gproc_e.htm.

12. Звіти сфери публічних закупівель. URL: <https://cutt.ly/cT0a7es>.

13. Національні платформи публічних закупівель країн-членів СOT. URL: <https://cutt.ly/uT0a61z>.

14. Нагороди ProZorro. URL: <https://prozorro.gov.ua/about>.

15. Майданчики ProZorro. URL: <https://cutt.ly/QT2bH08>.

16. Премія Zakupki.Kraci 2021: які компанії отримали нагороди. URL: <https://cutt.ly/ST2bNFA>.

17. Forum Zakupki: ви знатимете більше! URL: <https://cutt.ly/1T0sazi>.

18. По той бік ProZorro: чи довіряє український бізнес публічним закупівлям? URL: <https://cutt.ly/RT0srwH>.

REFERENCES

1. Al'tsyvanovych, O. V. and Tsymbalenko, Ya. Yu. (2018), Teoretyko-katehorial'nyj analiz poniattia publichnykh zakupivel' ta koruptsijnykh ryzykiv pry ikh zdijsnenni v Ukraini, Aspekty publichnoho upravlinnia, vol. 6, № 9, pp. 92-103.

2. Dzhabrailov, R. A. and Malolitnieva, V. K. (2019), Publichni zakupivli iak zasib derzhavnoho

rehuliuвання господарskoi diial'nosti ta realizatsii tsilej staloho rozvytku, Pravo Ukrainy, № 8, pp. 47-64.

3. Mel'nykov, O. S. (2016), Osoblyvosti publichnykh zakupivel' iak ob'iekta derzhavnoho rehuliuвання ekonomiky, Teoriia ta praktyka derzhavnoho upravlinnia, issue 1, pp. 129-135.

4. Soshnikov, A. O. (2015), Teoretychni zasady zdijsnennia publichnykh zakupivel', Chasopys Kyivs'koho universytetu prava, № 3, pp. 221-226.

5. Stiglitz, J. and Rosengard, J. K. (2000), Economics of the Public Sector, 3 rd ed., W.W. Norton., New York, pp. 86-88.

6. Huawei opublikovala s'omyj schorichnyj zvit Global Connectivity Index : p'iat' osnovnykh etapiv tsyfrovoy transformatsii haluzi (2020), available at: <https://cutt.ly/YT0aKsr>.

7. Tsyfrova ekonomika ta informatsijno-komp'uterni tekhnolohii, available at: <https://cutt.ly/9T0aCdt>.

8. Technology isn't working (2014), The Economist, Oct 2, available at: <https://cutt.ly/9T2xcMf>.

9. Chto takoe B2B, B2C, B2G, C2C: obzor glavnyh otlichij, primery + instrukcija kak gramotno organizovat' prodazhi v jetih sferah, available at: <https://cutt.ly/xT0aN19>.

10. Share of enterprises making B2B and B2G e-commerce sales via a website in 2020, by country,

available at: <https://www.statista.com/statistics/1196536>.

11. WTO and government procurement, available at: [http:// https://www.wto.org/english/tratop_e/gproc_e/gproc_e.htm](http://https://www.wto.org/english/tratop_e/gproc_e/gproc_e.htm).

12. Zvity sfery publichnykh zakupivel', available at: <https://cutt.ly/cT0a7es>.

13. Natsional'ni platformy publichnykh zakupivel' krain-chleniv SOT, available at: <https://cutt.ly/uT0a61z>.

14. Nahorody ProZorro, available at: <https://prozorro.gov.ua/about>.

15. Majdanchyky ProZorro, available at: <https://cutt.ly/QT2bHo8>.

16. Premiia Zakupki.Kraschi 2021: iaki kompanii otrymaly nahorody, available at: <https://cutt.ly/ST2bNFA/>

17. Forum Zakupki: vy znatymete bil'she!, available at: <https://cutt.ly/1T0sazi>.

18. Po toj bik Prozorro: chy doviriaie ukrains'kyj biznes publichnykh zakupivliam?, available at: <https://cutt.ly/RT0srwH>.

Стаття надійшла до редакції 20 листопада 2021 року

УДК 339.9(075.8)

Непомнящий І. О.,

nepomniashiy21@gmail.com, ORCID ID:0000-0002-9632-3757,

магістр, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ТА ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

***Анотація.** Успіх розвитку економіки будь-якої країни світу визначається успішними чи невдалими діями керівництва уряду. Такі дії базуються на макроекономічній політиці, яка в умовах постійно зростаючої відкритості національних економік визначається не в останню чергу позицією країни у світовому економічному просторі. У статті проаналізовано сутність глобалізаційних та інтеграційних процесів в економіці, зокрема висвітлено форми прояву впливу глобалізаційних та інтеграційних процесів на національні економіки. Глобалізація відкриває найширші можливості для розвитку та зростання економіки, але темпи її поширення нерівномірні. Процес інтеграції у світове господарство відбувається в одних країнах швидше, ніж у інших. Ті, кому вдалося досягти інтеграції, мають більші високі темпи зростання та скорочення бідності. Підвищення рівня життя створило можливості для розвитку демократії та прогресу у вирішенні таких проблем, як захист економічної безпеки держави. Економічна "глобалізація" – це історичний процес, що є результатом інновацій у суспільстві та технічного прогресу. Під цим терміном розуміють постійно зростаючий ступінь інтеграції країн світу, в основному за рахунок торгових і фінансових потоків. Зрозуміло, що глобалізація впливає на всі сторони соціально-економічного життя практично кожної країни світу, і цей процес є об'єктивним і незворотним. У світовій економіці, що глобалізується, залишається все менше місця для національної економічної автономії, а це означає, що національні уряди поступово втрачають контроль над економічним розвитком країни.*

Ключові слова: глобалізація, інтеграція, глобалізаційні та інтеграційні процеси, національні економіки.

Непомнящий І. О.,

nepomniashiy21@gmail.com, ORCID ID:0000-0002-9632-3757,

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

THEORETICAL FUNDAMENTALS OF GLOBALIZATION AND INTEGRATION PROCESSES IN THE WORLD ECONOMY

***Abstract.** The success of the economic development of any country in the world is determined by the successful or unsuccessful actions of government leadership. Such actions are based on macroeconomic policy, which in the conditions of ever-increasing openness of national economies is determined not least by the country's position in the global economic space. The article analyzes the essence of globalization and integration processes in the economy, in particular, highlights the forms of manifestation of the impact of globalization and integration processes on national economies. Globalization does open up the greatest opportunities for development, but the pace of its spread is uneven. The process of integration into the world economy is faster in some countries than in others. Those who have succeeded in achieving integration have higher rates of growth and poverty reduction. Improving living standards has created opportunities for the development of democracy and progress in solving problems such as protecting the economic security of the state. Economic "globalization" is a historical process that is the result of innovation in society and technological progress. This term refers to the ever-increasing degree of integration of the world, mainly through trade and financial flows. It is clear that globalization affects all aspects of socio-economic life in almost every country in the world, and this process is objective and irreversible. In a globalizing world economy, there is less and less space for national economic autonomy, which means that national governments are gradually losing control over the country's economic development.*

Key words: globalization, integration, globalization and integration processes, national economies.

JEL Classification: F01, F02, F15

DOI:<https://doi.org/10.36477/2522-1205-2021-65-23>

Постановка проблеми. Кінець минулого століття супроводжувався глобальними перетвореннями у політичній, економічній та науково-технічній сферах. Глобалізація є об'єктивним і комплексним процесом, властивим сучасному розвитку світової економіки. Зупинити поступальний об'єднавчий рух, спрямований на залучення України до інтеграційного процесу, неможливо, і це викликає різні та неоднозначні наслідки для національної економіки, які насамперед торкаються фінансового сектора країни.

Успіх розвитку економіки будь-якої країни світу визначається успішними чи невдалим діями керівництва уряду. Такі дії базуються на макроекономічній політиці, яка в умовах постійно зростаючої відкритості національних економік визначається не в останню чергу позицією країни у світовому економічному просторі. Таким чином, визначення місця країни в такому середовищі стає відправною точкою у формуванні успішної стратегії економічного розвитку, якої сьогодні так потребує українська економіка.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням теоретико-методологічних основ глобалізаційних та інтеграційних процесів у світовій економіці, аналізу їх результатів, а також економічної глобалізації присвячено багато робіт вітчизняних економістів, серед яких: Бочан І., Буреш О. В., Войтович Р. В., Гальчинський А., Ільїн В. Ю., Клочко В. П., Татаренко Н. О. та інші. Проте, незважаючи на велику кількість досліджень, глобалізаційні та інтеграційні процеси повинні постійно аналізуватися в сучасних умовах розвитку економіки.

Постановка завдання. Метою статті є характеристика особливостей глобалізаційних та інтеграційних процесів у світовій економіці.

Виклад основного матеріалу дослідження. Глобалізація – “лібералізація торгівлі та інші форми економічної лібералізації – призвела до обмеження політики протекціонізму та зробила світову торгівлю більш вільною. У результаті були значно знижені тарифи, ліквідовані багаті торговельні бар'єри. Окремі лібералізаційні заходи сприяли зміцненню потоків капіталу та інших факторів виробництва. Подібні структурні зміни зміцнюють позиції компаній, збільшують їх прибуток, що дозволяє їм обирати джерела сировини, відкривати нові виробництва та опановувати нові ринки в інших країнах, швидко пристосовуючись до умов, що змінюються” [18, с. 77].

Основними гравцями в процесі глобалізації є постіндустріальні країни, а решта світу тією чи іншою мірою є об'єктом або навіть “жертвою” цього процесу. Насправді більшість благ глобалізації походить від багатих країн та окремих людей.

Глобалізація економіки як вища стадія інтернаціоналізації економічного життя є і вже сформованим явищем, і процесом, що триває. Це об'єктивна реальність, яка хоча й різною мірою (залежно від ступеня відкритості та “самодостатності” національних економік), але має вирішальний вплив на різні сфери суспільного життя в усіх країнах світу.

З точки зору В. П. Клочка: “Глобалізація – це результат розвитку продуктивних сил, інтернаціоналізація усіх сфер суспільного життя” [10, с. 89].

Разом з тим, інший український дослідник В. Ю. Ільїн “характеризує економічну глобалізацію як об'єктивну тенденцію до максимальної інтеграції суспільно-виробничих систем різних країн і регіонів світу, що приводить їх до багатосторонньої взаємозалежності” [9, с. 204].

За оцінкою Н. О. Татаренко, “основна суть процесів економічної глобалізації зводиться до конкуренції, в якій переможцем стає сильніший, а природним результатом конкуренції стає соціальне розшарування в країні і в світі при монополізації, яка не обмежується національними ринками, а перетворюється у планетарному масштабі в нову форму монопольного поглинання – економічної колонізації, як вимога нині діючої концепції глобалізації” [16, с. 18].

Група дослідників вважає, що “економічна глобалізація – це інтернаціоналізація відтворювального процесу в межах світового господарства, яка ширша і більш різноманітна, ніж інтеграція, тенденція якого вимагає трансформації функцій національних держав з метою їх перетворення в ефективні держави, які здатні забезпечити стале економічне зростання” [7, с. 345].

На думку представника української глобалістики В. Г. Воронкової, “економічна глобалізація представляє собою якісно новий етап розвитку світового простору ринкової цивілізації, етап, пов'язаний з кризою світового капіталізму, переходом від індустріального до постіндустріального та інформаційного суспільств, і стан, що проявляється у все тіснішій взаємозалежності національних відтворювальних комплексів, зумовлених зростанням масштабів і прискоренням переміщення факторів виробництва, товарів і послуг, грошового капіталу” [4, с. 156].

Українські дослідники І. О. Бочан та І. Р. Михасюк вважають, що “глобалізація – це і стан, і процес, в якому на життя в межах суспільств постійно впливають міжнародні фактори – від політичних і торгових зв'язків до мистецтва, мас-медіа. Проте, найбільш суттєвою формою глобалізації є глобалізація економічна” [1, с. 209].

Істотною рисою економічної глобалізації є розвиток міжнародної економічної інтеграції, що виявляється в усуненні відмінностей між суб'єктами господарювання – представниками різних країн. Розвиток процесів міжнародної економічної інтеграції зумовлений нерівномірним розподілом ресурсів між різними державами, що впливає на їх економічний розвиток; на це впливають також закони науково-технічного прогресу, що зумовлюють об'єднання зусиль країн світу; демографічні тенденції, збільшення диспропорцій між країнами за кількістю та якістю населення; різке скорочення відстаней за рахунок розвитку транспортних та інженерних мереж; наявність і необхідність спільного вирішення таких проблем, як навколишнє середовище, їжа, сировина, використання Світового океану та космосу.

Глобалізація ділить світ на два табори: країни, що виграють від процесу, та країни, які програють. Що менш розвинена країна, то менше вона виграве від глобалізації. Стабільність та благополуччя зростають там, де до цього пристосовуються. Однак деякі країни мають намагатися зберегти своє місце на світовому ринку. Глобалізація викликає невдоволення багатьох країн світу та їхніх груп, які хочуть приєднатися до глобальної економіки, але ще не є її частиною.

Сучасні процеси глобалізації протікають переважно серед промислово розвинених держав. Глобалізація зміцнює позиції правлячих держав і дає їм додаткові переваги. Водночас розвиток глобалізаційних процесів у межах сучасного міжнародного поділу праці загрожує послабленням позицій менш розвинених країн, які стають радше об'єктами, аніж суб'єктами глобалізації [14, с. 312].

Глобалізація є результатом посилення та прискорення процесу інтеграційного створення системи найвищого ієрархічного рівня – світової економіки.

Інтеграційні процеси, що розпочалися у вторинній сфері (перша в промисловості), набувають експоненційної динаміки та диверсифікуються в глобалізованому просторі.

Процес інтеграції – це процес об'єднання. Слід зазначити, що об'єктивна тенденція до постійної інтеграції (об'єднання) людства характеризує глобальний історичний процес, що протікає на різних рівнях соціальної організації: соціально-груповому, регіональному та глобальному, а також у різних сферах суспільного життя – економічні, політичні, культурні тощо [8, с. 88].

Принцип економічної корисності є необхідною умовою об'єднання народів у єдину систему. “Економічна інтеграція обумовлює формування єдиного політико-правового простору. Слід відзначити, що економічні інтегративні союзи є менш тривалими, ніж політичні, які формуються на основі реалізації економічних інтересів. Це пояснюється тим, що економіка є найбільш утилітарною сферою, кожна із держав шукає найбільш вигідні шляхи її функціонування, тому вони часто змінюють формати своїх економічних інтегративних об'єднань” [3, с. 303].

Економічна інтеграція є найскладнішим і найважливішим процесом об'єднання країн у єдину глобальну модель розвитку, оскільки визначає й інші види інтеграції. “Хоча на сьогоднішній день і не склалося єдиної загальноновизнаної теорії економічної інтеграції, а натомість існує багато різноманітних визначень цього процесу, але з усіх визначень вимальовується єдине трактування економічної інтеграції як об'єднання національних економік в єдину систему в різних формах і на різних підставах” [13, с. 77].

Велике значення для визначення перспектив інтеграції нового типу має комплексний аналіз динаміки інтеграційних процесів сучасного світу, що глобалізується. Процес інтеграції України у світове господарство нагально потребує вивчення світового досвіду об'єднання національних економік країн із різним рівнем економічного розвитку.

Суть інтеграційного процесу та її головна тенденція полягає у виході за рамки простої координації політики залучених до цього процесу держав (як в економічній, так і в політичній сферах) та поступової передачі суверенітету новим структурам співтовариства. Наукові дослідження проблеми інтеграції пов'язані з усвідомленням реальних інтеграційних процесів та спрямовані на виявлення у них загальних тенденцій, пов'язаних із причинами, визначальними фактами, основними рисами цього явища.

Економічна інтеграція має певний потенціал у підвищенні ефективності економіки та добробуту країн, об'єднаних у регіональні блоки, але не всім вдається його повною мірою реалізувати.

Відкритість регіонів у національному просторі є наслідком реалізації міжрегіональних інтеграційних процесів. У літературі розглядаються переважно горизонтальні зв'язки між регіонами за рахунок територіального поділу праці з подальшою його кооперацією. Вертикальна інтеграція розглядається лише в контексті реалізації відносин між державою та регіонами.

У даний час основна увага при вивченні інтеграційних процесів приділяється вивченню їх місця та ролі з погляду закономірностей міжнародної економічної інтеграції внаслідок об'єктивного процесу глобалізації світогосподарських відносин. Зазначені аспекти інтеграційних процесів розглядаються в роботах А. С. Гальчинського [5, с. 12].

Інтеграційні процеси сприяють розвитку економічного регіоналізму в світовому господарстві. Країни-учасниці інтеграційного об'єднання створюють особливі умови для вільної торгівлі та руху ресурсів. Однак економічний регіоналізм має тенденцію погіршувати умови торгівлі для третіх країн. Тому якщо регіоналізм не погіршує умови торгівлі з іншими державами, його можна вважати позитивним фактором розвитку світової економіки. У цілому нині інтеграційні процеси відкривають доступ до багатьох економічних ресурсів, технологій, розширюють ринки збуту, захищають учасників інтеграційного об'єднання від зовнішньої конкуренції, а соціальні проблеми легше вирішуються спільними зусиллями.

Важливим напрямом у дослідженні інтеграційних процесів є визначення співвідношення економіки та політики, а отже, визначення місця та ролі міждержавної та наднаціональної основи розвитку регіональної інтеграції. У цьому контексті можна виділити два основних напрямки досліджень, пов'язаних зі школами федералізму та функціоналізму. Прихильники федералізму (Ж. Монне, Ш. Мюре) обґрунтовували визначальну роль наднаціональних структур у розвитку інтеграційних процесів. Прибічники функціоналізму (Д. Мітрані) доводили безперспективність “державного догматизму”, тому вважали за необхідне формування відповідних інститутів до виконання функцій, які залежать від потреб окремого співтовариства [17, с. 89].

Підходи “нової економічної географії” до оцінювання агломераційних ефектів, що виникають у результаті міжнародної економічної інтеграції країни, для периферійних регіонів

Тип ефекту	Метод оцінювання
“Ефекти локалізації – територіальний перерозподіл фірм, який приводить до змін у спеціалізації периферійних регіонів”	“Економетричні тести взаємозв’язку між залежною змінною, що вимірює тип ефекту (відносна вартість праці в регіоні, регіональна спеціалізація та ін.), і незалежною змінною – транспортними витратами до національного центру” “Прикордонне розташування фіксується фіктивними змінними”.
“Ефекти урбанізації – територіальний перерозподіл кількості економічних агентів від національних кордонів або до національних кордонів”	
“Просторові ефекти зміни вартості праці, викликані перерозподілом економічної активності між центральними і периферійними регіонами”	

Джерело: адаптовано автором за [2].

Такі наднаціональні інститути мають бути передані до частини регуляторних функцій країн, які створюють інтеграційне об’єднання, що є свідченням ефективної інтеграційної взаємодії та підтвердженням зміни форми та змісту державного регулювання.

Розвиток інтеграційних процесів став закономірним результатом зростання міжнародного руху товарів та факторів їх виробництва, що вимагало створення більш надійних виробничих зв’язків між країнами та усунення численних перешкод на шляху міжнародної торгівлі та руху факторів виробництва. Це виявилось можливим лише у межах міждержавних інтеграційних об’єднань на основі багатосторонніх політичних угод.

Концепції мінливості, адаптивності, ускладнень, розроблені в межах еволюційних поглядів, задають загальні рамки розуміння не завжди правильної поведінки держави в інтеграційних процесах.

Численні теоретичні та емпіричні роботи доводять, що участь країн у такій інтеграції незмінна. Однак теорія міжнародної економічної інтеграції тривалий час залишалася абсолютно байдужою до економічного простору всередині країни: знаючи вплив міжнародної торгівлі та інтеграції на країни, теорія не звертала уваги на те, як ці процеси відображаються в просторовій диференціації всередині цих країн.

Згідно з систематизацією методологічних підходів до оцінювання ефектів інтеграції Р. Болдуїна і А. Венейблза тільки в одному з цих підходів – у просторово-динамічному, представленому здебільшого моделями “нової економічної географії”, представлено субнаціональний простір, зокрема і нестоличні та периферійні регіони. Звісно, субнаціональний простір і проблема державних кордонів

теоретично та емпірично розроблялися ще до появи “нової економічної географії”, але це пов’язано з поєднанням мікроекономічних підходів (зокрема, висновків про існування економії від масштабу). В умовах недосконалої конкуренції, регіональної економіки, міжнародної торгівлі та економіки міста стало можливим вирішити ряд раніше “закритих” завдань, у тому числі оцінити вплив на регіони участі країни в міжнародній інтеграції (табл. 1).

У процесі світогосподарського розвитку національні регіони стають активними учасниками інтеграційних процесів, набувають статусу суб’єктів міжнародних економічних відносин, а під впливом глобалізації та регіоналізації світових відносин це призводить до більш активного використання різних форм співпраці між регіонами та за кордоном. Спираючись на структурне уявлення сталого розвитку регіону та цільову спрямованість абстрактного процесу модернізації регіональної економічної політики (РЕП), методологічно міжрегіональна інтеграція та співробітництво формують такі рамки для модернізації РЕП [2, с. 90]:

– “важливість у сучасному механізмі управління розвитком регіону”;

– “орієнтир на самодостатній розвиток, що послаблює ізоляцію як сильних, так і слабких регіонів, проте відбувається поляризація груп регіонів між собою за рівнем самого розвитку і на основі передовсім економічних вигод”;

– “подолання внутрішньої неподільності регіонів і зовнішніх протидій, що є рушійною силою регіонального розвитку. Відсутність спільного кордону і самі адміністративні кордони регіонів втрачають значення”;

– “пошук і реалізація «великого імпульсу» розвитку ефективно здійснюються завдяки зусиллям як самих регіонів, так і держави”;

– “єдність мотивації розвитку слабких і сильних регіонів створюється імперативами розвитку і формуванням мезосистем, що характеризуються єдиними критеріями”;

– “конструювання мезосистем у системі механізму управління соціально-економічним розвитком регіону передбачає єдність принципів”;

– “організаційно-технологічні зв’язки розвиваються в мережевий спосіб організації форм співробітництва та інститутів міжрегіональної інтеграції” [2, с. 91].

Міжнародне співробітництво між прикордонними регіонами та транскордонне співробітництво як особлива форма інтеграції відіграють особливу роль у з’єднанні країн на рівні регіональних спільнот. За наявності політичної волі та реального зближення між країнами, як це сталося в сучасному ЄС, це не тільки дозволяє нам вирішувати широкий спектр локальних проблем, також зумовлених зовнішніми економічними факторами, але й призводить до зміцнення продуктивних відносин між ними, додатково забезпечує соціальну та політичну гармонію та стабільність у сфері взаємодій [6, с. 9].

Поєднання регіону з більш розвинутою економічною системою призводить до імпорту товарів, а не до розвитку місцевого виробництва, що призводить до збільшення внутрішнього попиту на кращі товари, а також втрати мотивації підтримувати традиційну спеціалізацію під зовнішнім тиском.

Вплив інтеграції на національну економіку пов’язаний також із зовнішніми взаємодіями регіонів різного рівня розвитку із залученням зовнішнього капіталу та низкою специфічних внутрішніх факторів, у тому числі:

– “традиції культурно-гуманітарної взаємодії, що згодом посилюються ще й торговельно-економічною взаємодією між регіонами”;

– “транспортна і комунікаційна доступність базових і сучасних благ і послуг”;

– “наявність системи якісного й інтегрованого стратегічного планування тих сфер, які можуть впливати на соціально-економічний розвиток”;

– “реальне місце регіону в міжрегіональному поділі праці. В умовах конкуренції майже на всіх рівнях і за відсутності просторових і юридичних перешкод праця перетікає з відсталих регіонів до більш розвинених”.

Для розвинених економік позитивний вплив глобалізації проявляється у зростанні зовнішньої торгівлі в результаті поглиблення спеціалізації країн. Оскільки національні корпорації промислово розвинених країн володіють сучасними технологіями та ефективним управлінням, лібералізація торгівлі сприяє розширенню ринків збуту і, як наслідок, обсягу зовнішньої торгівлі країн.

До цього додається експансія національного капіталу на зарубіжні ринки. Ринки капіталу розвинутих країн зазвичай характеризуються надлишком капіталу та низькою рентабельністю його використання у той час, коли у менш розвинених країнах спостерігається дефіцит капіталу і, отже, висока рентабельність його використання.

“Лібералізація інвестиційних режимів, що супроводжує процеси глобалізації, дає можливість для національного капіталу промислово розвинених країн розширити сфери діяльності за рахунок інших країн і підвищити ефективність його використання” [11, с. 456].

Такі процеси супроводжуються доступом до ресурсів інших країн. Лібералізація ринків ресурсів, що супроводжується процесами глобалізації, дає можливість транснаціональним компаніям промислово розвинених країн отримати доступ до більш дешевих і дефіцитних ресурсів, зокрема природних, людських, науково-технічних та інших. Експансія транснаціональних корпорацій активізувалася в 1990-х роках. Це пов’язано з різними факторами:

- “ТНК зуміли відкрити для себе деякі нові регіони: з розпадом Радянського Союзу і зміною політичних курсів та зовнішньої політики колишніх соціалістичних країн система світового ринку розповсюдилася на значні території”;

- “швидкими темпами зростала глобалізація фінансового сектора, що сприяло інтеграції фінансових ринків окремих країн. Виникли величезні транснаціональні фінансові конгломерати. Глобальні фінансові потоки стали визначальним чинником міжнародних економічних відносин”;

- “процеси приватизації та комерціалізації відкрили нові ринки та галузі, які раніше були недоступні або ж доступні з істотними обмеженнями” [15, с. 99].

Одним із головних позитивних наслідків діяльності транснаціональних компаній, які розвиваються спільно з державою, громадськими інституціями та міжнародними організаціями, є забезпечення гарантовано прийнятної мінімальної якості життя в майже промислово розвинених країнах практично всього населення таких країн; демократичне управління на національному та міжнародному рівнях, яке стало орієнтиром для всіх країн світу.

Глобалізація та інтеграція світової економіки дозволяють домогосподарствам організувати бізнес із торгівлі іноземними товарами та отримувати від цього прибуток. Є можливість розширити та покращити бізнес за рахунок виходу на міжнародний ринок.

Ми можемо говорити, що “негативні наслідки глобалізації – це результат сучасного бурхливого розвитку та невідповідності суспільства до її регулювання. Викликана ринковими силами, сама по собі вона не забезпечує ні справедливості, ні соціального прогресу, ні усунування нерівності і вимагає великої відповідальності як від національних урядів, так і від міжнародних інститутів щодо відвернення негативних наслідків” [11, с. 432].

У світовій економіці, що глобалізується, залишається все менше місця для національної економічної автономії, а це означає, що національні уряди поступово втрачають контроль над економічним розвитком країни. Основна причина зумовлена:

– “зменшенням ефективності основного інструменту економічної політики уряду, тобто, фіскальної політики”;

– “послабленням впливу монетарної політики, оскільки регулювання процентних ставок може спонукати масовий відплив фінансового капіталу з країни і в результаті спричинити фінансову кризу в країні”;

– “високим рівнем залежності динаміки національних макроекономічних показників від стану зовнішньоекономічної кон’юнктури, на яку уряд не в змозі впливати” [12, с. 123].

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Економічна глобалізація – це історичний процес, що є результатом інновацій у суспільстві та технічного прогресу. Цей термін відноситься до зростаючого ступеня інтеграції країн у всьому світі, зумовленого насамперед торговими та фінансовими потоками. Іноді це також означає переміщення людей (трудових ресурсів) та знань (технологій) через міжнародні кордони. У статті ми зосередили увагу на впливі процесів глобалізації та інтеграції на національну економіку, що функціонує у глобальному економічному середовищі. Виходячи з цього, вважається, що процеси глобалізації та інтеграції по-різному впливають на стан та розвиток національних економік. Позитивні ефекти глобалізації переважають у розвинених країнах. Держави з низьким економічним потенціалом стикаються з низкою проблем, пов’язаних із глобальними процесами. Позитивні наслідки глобалізації пояснювали розширенням ринків товарів і послуг, вливанням капіталу в національні економіки, запровадженням інвестицій та модернізацією економіки. Ми також визначили недоліки глобалізації. Серед них зменшення податкових надходжень, інфляційні процеси, вилучення ресурсної бази з країн тощо.

Основними категоріями розвитку економічної глобалізації є: формування концепції сталого економічного розвитку в контексті дослідження конкурентоспроможності; вивчення місця та ролі країни в умовах глобалізації та європейської інтеграції; основні детермінанти ефективності сталого економічного розвитку сучасного суспільства на умовах конкурентоспроможності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бочан І. О., Михасюк І. Р. Глобальна економіка : підручник. К. : Знання, 2007. 403 с.
2. Буреш О. В., Жук М. А., Фролов А. В. Інтеграція регіональних суб’єктів як потенціал формування регіональних кластерів. Вестник ОГУ. 2011. № 13 (132). С. 88-93.
3. Войтович Р. В. Вплив глобалізації на систему державного управління (теоретико-методологічний аналіз) : монографія / за заг. ред. д-ра філос. наук, проф. В. М. Князева. К. : Вид-во НАДУ, 2007. 680 с.
4. Воронкова В. Г. Філософія глобалізації: соціоантропологічні, соціоекономічні та соціокультурні виміри : монографія. Запоріжжя : Вид-во ЗДА, 2010. 272 с.

5. Гальчинський А. Методологія аналізу економічної глобалізації: логіка оновлення. Економіка України. 2009. №9. С. 4-18.

6. Геєць В. Конфігурація геополітичної карти світу та її проблемність. Економіка України. 2011. №1. С. 4-15.

7. Глобалізація : учебник / под общ. ред. В. А. Михайлова, В. С. Буянова. М. : Изд-во РАГС, 2008. 543 с.

8. Економіка України. Підсумки перетворень та перспективи зростання. Інститут економічних прогнозів НАНУ / за ред. акад. НАНУ В. М. Гейця. К., 2000.

9. Ільїн В. Ю. Глобалізація та її вплив на конкурентоздатність підприємств аграрного сектору економіки України : монографія. Луганськ : Вид-во “Ноулідж”, 2014. 395 с.

10. Клочко В. П. Глобалізація: економічні та соціально-культурні аспекти : монографія. К. : Державна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2015. 190 с.

11. Куцик П. О., Ковтун О. І., Башнянин Г. І. Глобальна економіка: принципи становлення, функціонування, регулювання та розвитку : монографія. Львів : Видавництво ЛКА, 2018. 594 с.

12. Макуха С. М. Міжнародні господарські зв’язки країн із перехідною економікою в умовах глобалізації. Х. : Право, 2015. 304 с.

13. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів : монографія / Пахомов Ю. М. та ін. К. : Парламентське видавництво, 2021.

14. Погорлецкий А. И. Экономика зарубежных стран : учебник. СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2020. 492 с.

15. Сазонець І. Л. Посилення ролі ТНК: позитивні та негативні наслідки. URL: [http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1499/1/13.pdf](http://chromeextension://ecnphlgnajanjnkcmbrancdjoidceilk/http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1499/1/13.pdf).

16. Татаренко Н. О. Специфічні основи сучасної реструктуризації глобального простору. Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право). 2019. №1. С. 18-21.

17. Тивончук І. О. Глобалізація і фінансові кризи національних економік. Соціально-економічні дослідження в перехідний період. XXVIII випуск. Перспективи розвитку зовнішньоекономічних зв’язків України в контексті процесів глобалізації. Львів, 2011.

18. Шнипко О. Постіндустріальна глобалізація: сутність, чинники, тенденції та суперечності розвитку. Економіст. 2018. № 4. С. 76-79.

REFERENCES

1. Bochan, I. O. and Mykhasiuk, I. R. (2007), *Hlobal'na ekonomika : pidruchnyk*, Znannia, K., 403 s.
2. Buresh, O. V. Zhuk, M. A. and Frolov, A. V. (2011), *Yntehratsyia rehyonal'nykh sub'ektov kak potentsyal formirovaniya rehyonal'nykh klasterov*, Vestnyk OHU, № 13 (132), s. 88-93.

3. Vojtovych, R. V. (2007), Vplyv hlobalizatsii na systemu derzhavnoho upravlinnia (teoretyko-metodolohichnyj analiz) : monohrafiia, za zah. red. d-ra filos. nauk, prof. V. M. Kniazieva, Vyd-vo NADU, K., 680 s.

4. Voronkova, V. H. (2010), Filosofiia hlobalizatsii: sotsioantropolohichni, sotsioekonomichni ta sotsiokul'turni vymiry : monohrafiia, Vyd-vo ZDIA, Zaporizhzhia, 272 s.

5. Hal'chyns'kyj A. (2009), Metodolohiia analizu ekonomichnoi hlobalizatsii: lohika onovlennia, Ekonomika Ukrainy, №9, s. 4-18.

6. Heiets' V. (2011), Konfiguratsiia heopolitychnoi karty svitu ta ii problemnist', Ekonomika Ukrainy, №1, s. 4-15.

7. Hlobalyzatsiia : uchebnyk, pod obsch. red. V. A. Mykhajlova, V. S. Buianova (2008), Yzd-vo RAHS, M., 543 s.

8. Ekonomika Ukrainy. Pidsumky peretvoren' ta perspektyvy zrostannia. Instytut ekonomichnykh prohnoziv NANU, za red. akad. NANU V. M. Hejtsia, K., 2000.

9. Il'in, V. Yu. (2014), Hlobalizatsiia ta ii vplyv na konkurentozdatnist' pidpriemstv ahrarynoho sektoru ekonomiky Ukrainy : monohrafiia, Vyd-vo "Noulidzh", Luhans'k, 395 s.

10. Klochko, V. P. (2015), Hlobalizatsiia: ekonomichni ta sotsial'no-kul'turni aspekty : monohrafiia, Derzhavna akademiia kerivnykh kadrov kul'tury i mystetstv, K., 190 s.

11. Kutsyk, P. O. Kovtun, O. I. and Bashnianyn, H. I. (2018), Hlobal'na ekonomika: pryntsyepy stanovlennia, funktsionuvannia, rehuliuвання ta

rozvytku : monohrafiia, Vydavnytstvo LKA, L'viv, 594 s.

12. Makukha, S. M. (2015), Mizhnarodni hospodars'ki zv'iazky krain iz perekhidnoiu ekonomikoiu v umovakh hlobalizatsii, Pravo, Kh., 304 s.

13. Stratehiia innovatsijnoho rozvytku Ukrainy na 2010-2020 roky v umovakh hlobalizatsijnnykh vyklykiv : monohrafiia, Pakhomov Yu. M. ta in. (2021), Parlaments'ke vydavnytstvo, K.

14. Pohorletskyj, A. Y. (2020), Ekonomyka zarubezhnykh stran : uchebnyk, Yzd-vo Mykhajlova V.A., SPb., 492 s.

15. Sazonets', I. L. Posylennia roli TNK: pozytyvni ta nehatyvni naslidky, available at: <chromeextension://ecnpnlgnajanjnkcmpancdjoidceilk/http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1499/1/13.pdf>.

16. Tatarenko, N. O. (2019), Spetsyfichni osnovy suchasnoi restrukturyzatsii hlobal'noho prostoru, Stratehiia rozvytku Ukrainy (ekonomika, sotsiolohiia, pravo), №1, s. 18-21.

17. Tyvonchuk, I. O. Hlobalizatsiia i finansovi kryzy natsional'nykh ekonomik, Sotsial'no-ekonomichni doslidzhennia v perekhidnyj period. XXVIII vypusk. Perspektyvy rozvytku zovnishn'oekonomichnykh zv'iazkiv Ukrainy v konteksti protsesiv hlobalizatsii., L'viv, 2011.

18. Shnytko O. (2018), Postindustrial'na hlobalizatsiia: sutnist', chynnyky, tendentsii ta superechnosti rozvytku, Ekonomist, № 4, s. 76-79.

Стаття надійшла до редакції 01 грудня 2021 року

ВІСНИК
ЛЬВІВСЬКОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ

Збірник наукових праць

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

Випуск 65

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 27.12.2021 р.
Формат 60x84/8. Папір офсетний.
Гарнітура Times New Roman. Друк на різнографі.
22,5 др. арк. 21,1 ум. др. арк. 17,5 облік. видавн. арк.
Тираж 300 прим. Зам. 179.

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.