

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

НАУКОВИЙ ВІСНИК
МУКАЧІВСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ

СЕРІЯ «ЕКОНОМІКА»

Збірник наукових праць

Випуск 2(10) 2018

МУКАЧЕВО
2018

Видання Мукачівського державного університету

Науковий вісник Мукачівського державного університету.
Серія «Економіка»
Випуск 2(10) 2018 рік

Збірник наукових праць
Заснований у 2014 році

Збірник входить до переліку фахових видань у галузі економічних наук
(Наказ Міністерства освіти і науки України № 1279 від 06.11.2014 р.)

Збірник представлено у 12 міжнародних наукометричних базах даних, репозиторіях та пошукових системах: Російський індекс научного цитування (РИНЦ) (Росія), Research Bible (Японія), Scientific Journal Impact Factor (SJIF) (Марокко), CiteFactor (США), Академія Google (США), InfoBase Index (Індія), Index Copernicus (Польща), Genamics JournalSeek, ACNP Catalogue (Італія), DRJI (Індія), Academic Keys (США), CNPIEC (CNPIE Link Service) (Китай).

Рекомендовано до друку та поширення через мережу Інтернет Вченою радою Мукачівського державного університету, протокол № 4 від 22. 11.2018 р.

Рецензенти:

Хрущ Н. А., д.е.н., професор
Шевчук Я. В., д.е.н., професор

Адреса редакції: 89600, Закарпатська обл., м. Мукачеве, вул. Ужгородська, 26
Мукачівський державний університет,
Редакція Наукового вісника МДУ,
тел. (03131) 2-11-09, (03131) 2-15-32,
e-mail: nvmsu@gmail.com

Усі права захищені. Передрук і переклади дозволяються лише зі згоди автора та редакції. Редакція не завжди поділяє думку автора й не відповідає за фактичні помилки, яких він припустився.

Головний редактор

Черничко Тетяна Володимирівна – д.е.н., професор (Україна)

Заступник головного редактора

Проскура Володимир Федорович – д.е.н., професор (Україна)

Відповідальний секретар

Ігнатишин Марія Василівна – к.е.н., доцент (Україна)

Редакційна колегія:

Буркинський Борис Володимирович – д.е.н., професор (Україна)

Гоблик Володимир Васильович – д.е.н., професор (Україна)

Даниленко Анатолій Іванович – д.е.н., професор (Україна)

Денінс Андріс – Doctor of Economix, професор (Латвія)

Іщук Світлана Олексіївна – д.е.н., професор (Україна)

Лендел Михайло Андрійович – д.е.н., професор (Україна)

Мікловда Василь Петрович – д.е.н., професор (Україна)

Мікула Надія Анатоліївна – д.е.н., професор (Україна)

Мілашовська Ольга Іванівна – д.е.н., професор (Україна)

Папп Василь Васильович – д.е.н., професор (Україна)

Пітюлич Михайло Іванович – д.е.н., професор (Україна)

Реслер Марина Василівна – д.е.н., професор (Україна)

Саксонова Світлана – Doctor of Economix, професор (Латвія)

Стуглік Джоанна – Doctor of Economix, професор (Польща)

Товканець Ганна Василівна – д.пед.н., професор (Україна)

Щербан Тетяна Дмитрівна – д.психол.н., професор (Україна)

Екабсоне Сандра – PhD, доцент (Латвія)

Ровт Алекс – к.е.н. (США)

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE

MUKACHEVO STATE UNIVERSITY

**SCIENTIFIC
BULLETIN
OF MUKACHEVO STATE
UNIVERSITY**

SERIES «ECONOMY»

Collected Works

Issue 2 (10) 2018

**MUKACHEVO
2018**

Publication of Mukachevo State University

Scientific Bulletin of Mukachevo State University. Series «Economy»
Issue 2(10) 2018

Collection of scientific papers
Founded in 2014

The collection is included in the list of professional publications in the field of economics (**Order of the Ministry of Education and Science of Ukraine №1279 of 06.11.2014**)

From 2015 collection is presented at 9 international scientometric databases, repositories and scientific systems: Russian Science Citation Index (RSCI), Research Bible (Japan), Scientific Journal Impact Factor (SJIF) (Morocco), CiteFactor (USA), Google Academy (USA), InfoBase Index (India), Index Copernicus (Poland), Genamics JournalSeek, ACNP Catalog (Italy).

Recommended for publication and distribution through Internet by Academic Council of Mukachevo State University, Minutes № 4 of 22.11.2018.

Reviewers:

Khrushch N. A., Doctor of Economics, professor
Shevchuk Ya. V., Doctor of Economics, professor

Editorial address: 89600, Transcarpathian region, Mukachevo, Uzhgorodska St, 26,
Mukachevo State University,
Editorial Scientific Bulletin of MSU,
Tel. (03131) 02-11-09,
e-mail: nvmsu@gmail.com

All rights reserved. Reprints and translations are permitted only with the consent of the author and publisher. Editors do not always agree with the opinion of the author and are not responsible for factual mistakes.

Editor in Chief

Chernychko Tetiana Volodymyrivna – Doctor of Economics, professor (Ukraine)

Deputy Editor

Proskura Volodymyr Fedorovych – Doctor of Economics, professor (Ukraine)

Executive Secretary

Ihnatyshyn Maria Vasylivna – Candidate of Economic sciences, associate professor (Ukraine)

Editorial board:

Burkyns'kyi Borys Volodymyrovych – Doctor of Economics, professor (Ukraine)

Hoblyk Volodymyr Vasylovych – Doctor of Economics, professor (Ukraine)

Danylenko Anatoliy Ivanovych – Doctor of Economics, professor (Ukraine)

Denins Andris – Doctor of Economics, professor (Latvia)

Ishchuk Svitlana Oleksiivna – Doctor of Economics, professor (Ukraine)

Lendyel Mykhaylo Andriyovych – Doctor of Economics, professor (Ukraine)

Miklovda Vasylovych Petrovych – Doctor of Economics, professor (Ukraine)

Mikula Nadiya Anatoliivna – Doctor of Economics, professor (Ukraine)

Milashovska Olga Ivanivna – Doctor of Economics, professor (Ukraine)

Papp Vasylovych Vasylovych – Doctor of Economics, professor (Ukraine)

Pityulych Mykhaylo Ivanovych – Doctor of Economics, professor (Ukraine)

Resler Maryna Vasylivna – Doctor of Economics, professor (Ukraine)

Saksonova Svitlana – Doctor of Economics, Professor (Latvia)

Stuhlik Joanna – Doctor of Economics, professor (Poland)

Tovkanets Hanna Vasylivna – Doctor of Pedagogical Sciences, professor (Ukraine)

Scherban Tetiana Dmytrivna – Doctor of Psychology, professor (Ukraine)

Dzhekabson Sandra – PhD, associate professor (Latvia)

Rovt Alex – Candidate of Economic sciences. (USA)

ЗМІСТ

Економіка та управління національним господарством

<i>Антонюк Н. А.</i>	
Децентралізація та антикризове управління: зв'язок, підходи, інструменти	8
<i>Захарін С. В., Лі Інін, Смирнов Є. В.</i>	
Економічні важелі стимулювання туристичного потоку між Китайською Народною Республікою та Україною	14
<i>Кужелєв М. О., Плахотнюк В. В., Стабіас С. М.</i>	
Пріоритетні напрями підвищення конкурентоспроможності національного ринку корпоративних цінних паперів	20
<i>Михальчинець Г. Т.</i>	
Інфраструктура фінансового ринку України: основні тенденції розвитку	28
<i>Панченко Н. Г.</i>	
Теоретичний концепт управління якістю послуг залізничного транспорту на принципах соціальної відповідальності	35
<i>Чайка І. П.</i>	
Дослідження концепту «якість освітньої послуги вищого навчального закладу»	42

Економіка та управління підприємствами

<i>Голубка Я. В.</i>	
Аудит маркетингової діяльності підприємства: теоретичні та практичні аспекти	50
<i>Лизанець А. Г., Роман С. А.</i>	
Реінжиніринг бізнес-процесів як метод вдосконалення ведення бізнесу	54
<i>Пилипчук В. П.</i>	
Соціальні мережі в процесі просування послуг підприємства	60
<i>Стадник В. В., Йохна В. М., Чуняк О. В.</i>	
Напрями формування практичного інструментарію управління фінансово-економічною безпекою підприємств в стратегіях інноваційного розвитку	66

Регіональна економіка, демографія та соціальна політика

<i>Зуб М. Я., Шуліка Д. А.</i>	
Поліфункціональність інфраструктури регіонального ринку праці на етапі інноваційних зрушень в економіці України	74
<i>Ліба Н. С., Рибчак В. І.</i>	
Удосконалення організаційного забезпечення реалізації регіональної промислової політики областей Карпатського економічного району	81
<i>Мазур Ю. П., Нагернюк Д. В.</i>	
Застосування механізмів регіонального маркетингу в процесі децентралізації регіону	90
<i>Пенькова О. Г., Харенко А. О., Соковніна Д. М.</i>	
Напрями активізації маркетингової діяльності малих та середніх сільськогосподарських підприємств України у контексті адміністративно-територіальної реформи	96
<i>Петренко Н. О.</i>	
Інноваційна політика як складова регіональної промислової політики	102
<i>Проскура В. Ф., Максютова О. В.</i>	
Моделювання ресурсних потоків регіону	110
<i>Росола У. В.</i>	
Сучасний стан та розвиток сільського господарства Закарпатської області на маркетингових засадах	115
<i>Черничко Т. В., Черничко С. Ф., Рибчак О. С.</i>	
Аналіз територіально-регіонального розвитку роздрібної торговельної мережі України	120

Фінанси, гроші та кредит

<i>Іванишина О. С., Хірна М. С.</i>	
Податкові інструменти реалізації антикризової політики: міжнародний досвід та можливості України	128
<i>Ігнатишин М. В., Бурдюх Л. Ю.</i>	
Міжбюджетні трансферти як ефективний метод бюджетного регулювання	134
<i>Соловей Н. В., Костюнік О. В.</i>	
Аналіз чинників фінансової стійкості авіаційних підприємств	140
<i>Соломіна Г. В.</i>	
Форензік – інструмент фінансового розслідування діяльності підприємства	144

CONTENTS

Economics and management of national economy

<i>Antoniuk Nataliia A.</i>	
Anti-crisis management and decentralisation: interrelation, approaches and tools	8
<i>Zaharin Sergey V., Li Yining, Smirnov Yevhenii V.</i>	
Economic levers of stimulating tourist flow between the People's Republic of China and Ukraine	14
<i>Kuzheliev Mykhailo O., Plakhotniuk Volodymyr V., Stabias Serhiy M.</i>	
Priority guidelines of competitive recovery in the national market of corporate securities	20
<i>Mykhalchynets Halyna T.</i>	
Infrastructure of the financial market of Ukraine: major trends of development	28
<i>Panchenko Natalia G.</i>	
The theoretical concept of quality management of railway transport services on the principles of social responsibility	35
<i>Chajka Inna P.</i>	
Study concept «quality of education in higher educational agency»	42

Economics and business management

<i>Golubka Yaroslav V.</i>	
Audit of marketing activity of the enterprise: theoretical and practical aspects	50
<i>Lyzanets Angela G., Roman Solomiya A.</i>	
Reengineering business processes as a way of improving business	54
<i>Pylypchuk Volodymyr P.</i>	
Social networks in the process of promotion of the enterprise services	60
<i>Stadnyk Valentyna V., Yokhna Vitaliy M., Chuniak Olha V.</i>	
Directions of formation of practical tools management of financial and economic security of enterprises in the strategy of innovative development	66

Regional economics, demography and social policy

<i>Zub Mariya Ya., Shulika Dana A.</i>	
Polyfunctionality of the infrastructure of the regional labor market in the stage of innovative shifts in the economy of Ukraine	74
<i>Liba Natalia S., Rybchak Vitaliy I.</i>	
Improving organizational provision of implementation of regional industrial policy in the Carpathian economic area	81
<i>Mazur Yuri P., Nahernuk Diana V.</i>	
Use of regional marketing mechanisms in the regional decentralization process	90
<i>Penkova Oksana G., Kharenko Andriy O., Sokovkina Diana M.</i>	
Areas of activation of marketing activity of small and medium-sized agricultural enterprises of Ukraine in the context of administrative-territorial reform	96
<i>Petrenko Natalia O.</i>	
Innovative policy of regional development of industry	102
<i>Proskura Volodymyr F., Maksutova Olena V.</i>	
Modeling of resource flows in the region	110
<i>Rosola Ulyana V.</i>	
Modern status and development of agricultural agriculture of the Transcarpathian region on marketing facilities	115
<i>Chernychko Tetiana V., Chernychko Stanislav F., Rybchak Olena S.</i>	
Analysis of territorial regional development of retail trade network of Ukraine	120

Finance, money and credit

<i>Ivanishina Olga S., Hirna Marina S.</i>	
Tax instruments for implementing the anti-crisis policy: international experience and opportunities in Ukraine	128
<i>Ihnatyshyn Maria V., Burdiuk Lyudmyla Yu.</i>	
Interbudgetary transfers as an efficient method of budgetary regulations	134
<i>Solovei Nadiia V., Kostyunik Olena V.</i>	
Analysis of financial stability factors of aviation enterprises	140
<i>Solomina Anna V.</i>	
Forensic is an enterprise activity financial investigation tool	144

СОДЕРЖАНИЕ

Экономика и управление национальным хозяйством

<i>Антонюк Н. А.</i>	
Децентрализации и антикризисного управления: связь, подходы, инструменты	8
<i>Захарин С. В., Ли Инин, Смирнов Е. В.</i>	
Экономические рычаги стимулирования туристического потока между Китайской Народной Республикой и Украиной	14
<i>Кужелев М. А., Плахотнюк В. В., Стабиас С. Н.</i>	
Приоритетные направления повышения конкурентоспособности национального рынка корпоративных ценных бумаг	20
<i>Михальчинець Г. Т.</i>	
Инфраструктура финансового рынка Украины: основные тенденции развития	28
<i>Панченко Н. Г.</i>	
Теоретический концепт управления качеством услуг железнодорожного транспорта на принципах социальной ответственности	35
<i>Чайка И. П.</i>	
Исследование концепта «качество образовательной услуги ВУЗа»	42

Экономика и управление предприятиями

<i>Голубка Я.В.</i>	
Аудит маркетинговой деятельности предприятия: теоретические и практические аспекты	50
<i>Лизанец А. Г., Роман С. А.</i>	
Реинжиниринг бизнес-процессов как метод совершенствования ведения бизнеса	54
<i>Пилипчук В. П.</i>	
Социальные сети в процессе продвижение услуг предприятия	60
<i>Стадник В. В., Йохна В. Н., Чуняк О. В.</i>	
Направления формирования практического инструментария управления финансово-экономической безопасностью предприятий в стратегиях инновационного развития	66

Региональная экономика, демография и социальная политика

<i>Зуб М. Я., Шулика Д. А.</i>	
Полифункциональность инфраструктуры регионального рынка труда на этапе инновационных сдвигов в экономике Украины	74
<i>Либа Н. С., Рибчак В.И.</i>	
Совершенствование организационно обеспечение реализации региональной промышленной политики областей Карпатского экономического района	81
<i>Мазур Ю. П., Нагернюк Д. В.</i>	
Использование механизмов регионального маркетинга в процессе децентрализации региона	90
<i>Пенькова О. Г., Харенко А. А., Соковнина Д. М.</i>	
Направления активизации маркетинговой деятельности малых и средних сельскохозяйственных предприятий Украины в контексте административно-территориальной реформы	96
<i>Петренко Н. А.</i>	
Инновационная политика как составляющая региональной промышленной политики	102
<i>Проскура В. Ф., Максюткова Е. В.</i>	
Моделирование ресурсных потоков региона	110
<i>Росола У. В.</i>	
Современное состояние и развитие сельского хозяйства Закарпатской области на маркетинговых принципах	115
<i>Черничко Т. В., Черничко С. Ф., Рибчак Е. С.</i>	
Анализ территориально-регионального развития розничной торговой сети Украины	120

Финансы, деньги и кредит

<i>Иванишина О. С., Хирна М. С.</i>	
Налоговые инструменты реализации антикризисной политики: международный опыт и возможности Украины	128
<i>Игнатишин М. В., Бурдюх Л. Ю.</i>	
Межбюджетные трансферты как эффективный метод бюджетного регулирования	134
<i>Соловей Н. В., Костюник Е. В.</i>	
Анализ факторов финансовой устойчивости авиационных предприятий	140
<i>Соломина А. В.</i>	
Форензик – инструмент финансового расследования деятельности предприятия	144

РОЗДІЛ I

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 382.2

DOI:10.31339/2313-8114-2018-2(10)-8-14

Антонюк Наталія Анатоліївна,
к.е.н., доцент кафедри філософії, економіки та менеджменту освіти,
Рівненський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти

ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ ТА АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ: ЗВ'ЯЗОК, ПІДХОДИ, ІНСТРУМЕНТИ

Проблеми антикризового управління економікою України останнім часом набули важливого значення. Це пов'язано з упровадженням децентралізації на всіх рівнях господарювання. Антикризове управління в аспекті цього дослідження – скоординована та систематична діяльність уповноважених органів місцевого самоврядування, яка спрямована на аналіз причин виникнення криз, послаблення негативного впливу кризових явищ на економіку, цілковите усунення цих явищ, а також недопущення їх прояву в майбутньому, при якій для досягнення визначених цілей застосовується спеціальний комплекс важелів впливу на суспільні відносини. Мета статті – виявити взаємозв'язки та дослідити інструментарій впливу між децентралізацією та управлінням національною економікою в процесі виведення територій України з кризи. Вважаємо, що децентралізація виступає складовою антикризового управління і є процесом, який завдяки передачі прав та повноважень від центральних до місцевих органів влади дає змогу покращувати рівень господарювання, обумовити перспективи розвитку на основі використання наявних ресурсів та окреслення місцевих потреб, забезпечити стабільну й беззбиткову діяльність економічних суб'єктів у державі. В роботі проведено дослідження методології та організації вирішення проблем антикризового управління в процесі впровадження реформи децентралізації. Виявлено, що в умовах реформи децентралізації усі ресурси мають бути спрямовані на управління та координацію діяльності соціально-економічної системи України з метою збереження її цілісності. Результатом є впровадження рекомендацій для підтримання стабільного економічного стану на територіях та оптимального плину процесів і своєчасної реакції на запити навколишнього середовища. Досліджено, що для розвитку національної економіки дієвим є створення раціональної взаємодії антикризового управління національною економікою та децентралізації, яка буде охоплювати сукупність функцій, методів, принципів і засобів управління, основних завдань і цілей, форм, структур, технологій для ефективного використання інструментів та ресурсів системи. Підкреслено, що антикризове управління не може існувати без ефективного і надійного інструментарію діагностики та подолання криз. Важливим в дослідженні виступає реалізація положень антикризового управління національною економікою в умовах децентралізації, яка забезпечується використанням стимулюючих інструментів антикризового управління та нових форм господарської діяльності. Ця процедура із залученням різнопланових методів і орієнтацією на основні принципи має бути реалізована комплексно в економічній, соціальній і екологічній сферах.

Ключові слова: децентралізація, антикризове управління, криза, національна економіка, територіальна освіта, реформа.

ВСТУП

Постановка проблеми. Успішність розвитку будь-якої системи залежить від підходів, які закладені в основу її функціонування. В період глобальних структурних змін, економічних і фінансових криз, погіршення бюджетно-боргових зобов'язань проблематика антикризового управління національною

економікою стає особливо актуальною. У цих умовах старі підходи до управління уже не дієві і потребують удосконалення.

Особливістю сучасного управління є нова ера реформ в Україні, які вимагають все більшого контролю та прискіпливого виконання.

Проте успішне здійснення управлінських функцій можливе лише в тому випадку, якщо

розроблено поведінкові норми розвитку системи. Надважливим є її характеристики та ознаки стану, прояв певних фаз цього стану й етапів об'єктивного розвитку. В умовах реформування України особливо цікавим є розвиток децентралізації, яка передбачає перерозподіл функцій між гілками влади. Сьогодні для виходу з затяжної кризи варто застосувати антикризове управління національною економікою з урахуванням сучасної реформи децентралізації. Вона передбачає нове бачення управління територіями в умовах кризи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Актуальність децентралізації та управління в умовах кризи обумовили широку активність науковців в обговоренні та пошуках підходів до розв'язання проблемних питань. Варто виокремити праці таких авторів, як В. Авер'янов [1], О. Власюк [2], І. Грицяк [3], Б. Данилишин [4], Р. Масгрейв [5], Т. Миронова [6], Н. Нижник [7], А. Ткачук [8], Ч. Тібо [9], В. Оутс [10], В. Шаповал [11] та інші.

Науковці досліджують сутність та зміст децентралізації як явища, аналізують і діагностують напрями реформування влади, аналізують закордонний досвід, вносять пропозиції з підвищення ефективності та результативності діяльності влади та антикризового управління в Україні. Хоча в роботах науковців не достатньо уваги приділено підходам до антикризового управління та не враховано чинники децентралізації в процесі розвитку національної економіки.

Мета статті (постановка завдання). Метою дослідження є виявлення взаємозв'язків між децентралізацією та управлінням національною економікою в процесі виведення територій України з кризи. Основним завданням роботи є вивчення методології та організації вирішення проблем антикризового управління в процесі впровадження реформи децентралізації.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Україна сьогодні розплачується за те, що досі не сформувала конкурентну інфраструктуру економіки. Розростання кризових явищ сприяє недостатня сформованість цивілізованого ринку землі, відсутність дієвих механізмів зниження енергоємності вітчизняного ВВП та високий рівень залежності країни від зовнішньоекономічної кон'юнктури. Проте, в основі сучасної світової фінансової кризи лежить не тільки не ефективна економічна політика, а й криза загальнолюдських цінностей, втрата довіри населення до фінансової системи країни, споживчий характер сучасного суспільства, орієнтація економічної науки на суто фінансові та економічні результати без належного врахування ролі людини окремо та людства загалом, заради яких, власне, повинні функціонувати національні та світова економічна системи [12, с. 54-58].

Нинішні проблеми фінансової нестабільності України та її інтеграції у міжнародні економічні відносини мають особливу, внутрішню сторону. Досить торкнутися однієї зі складових – ступеня зрілості фінансового ринку. Його розвиненість на національному рівні є необхідною умовою для

розвитку економіки [13].

У цій ситуації важливим для дієвих кроків є створення раціональної взаємодії антикризового управління національною економікою та децентралізації, яка буде включати сукупність функцій, методів, принципів і засобів управління, основних завдань і цілей, форм, структур, технологій для ефективного використання інструментів та ресурсів системи. В умовах реформи децентралізації усі ресурси мають бути спрямовані на координацію діяльності соціально-економічної системи з метою збереження її цілісності, підтримання стабільного економічного стану на територіях та оптимального плину процесів і своєчасної реакції на запити навколишнього середовища.

Вважаємо, що децентралізація виступає складовою антикризового управління і є процесом, який завдяки передачі прав та повноважень від центральних до місцевих органів влади дає змогу покращувати рівень господарювання, обумовити перспективи розвитку на основі використання наявних ресурсів та окреслення місцевих потреб, забезпечити стабільну й беззбиткову діяльність економічних суб'єктів у державі [14].

Управління кризовими ситуаціями включає послідовне виконання функцій управління, що дозволяють досягти певного економічного ефекту та проявляється в системах і процесах. Зміст і сукупність функцій, здійснюваних у процесі управління, залежить від стану національної економіки, розмірів кризи, рівня і якості управлінської ієрархії та інших чинників. Серед найважливіших чинників дії є дослідження стану економічної системи, виявлення величини кризових проявів, діагностика змін по територіям України, встановлення результату дослідження та розробка антикризових заходів з врахуванням реформи децентралізації.

Зміст антикризового управління національної економіки в умовах децентралізації полягає в його здатності в процесі наростання кризи відновлювати ефективну діяльність територіального економічного суб'єкта як мікроекономічної системи на основі механізму, самоорганізації, підтримки внутрішнього стабільного стану і динамічного зовнішнього оточення.

Антикризове управління не може існувати без ефективного і надійного інструментарію діагностики та подолання криз. Саме тому на сьогодні значної актуальності і важливості набуває розробка, обґрунтування та використання дієвих інструментів, що забезпечують стабільний розвиток національної економіки в умовах децентралізації. Механізм управління, що характеризує засоби впливу, також має свої властивості. Не завжди звичайні засоби впливу дають потрібний ефект у передкризовій або кризовій ситуації.

Універсальних методик попередження кризових явищ у національній економіці, а також функціонування територіальної громади в цей період без істотних затрат не існує, але є досвід попередніх криз, що дозволяє оцінити ефективність антикризового управління національною економікою в умовах децентралізації в цілому.

А. Чернявський пише про антикризове управління на мікрорівні таке: «Для ефективної організації управління на мікрорівні при виникненні кризових явищ і ситуацій необхідні такі дії: організація стратегічного (перспективного) планування; постійний моніторинг зовнішнього та внутрішнього середовища, виявлення ознак кризи, що загрожують діяльності; розробка попередніх заходів для зниження вразливості, у тому числі із запобігання аварій, екологічних загроз, природних катаклізмів (повеней, злив, зсувів тощо); створення резервів (фінансових, сировинних тощо); скорочення поточних витрат на виробництві; створення дублюючих систем управління; диверсифікація; трансформація організаційних форм управління; активна інноваційна політика як основний механізм виходу з кризи...» [15].

Відповідно на практиці сукупний механізм дій антикризового управління національною економікою в умовах децентралізації – це сукупність правил, процедур, методів, моделей, важелів та форм управління процесами запобігання, профілактики, подолання кризи, зниження рівня її негативних наслідків щодо діяльності суб'єкта самоуправління, спрямованих на формування різнорівневих систем заходів запобігання виникненню та негативному впливу небезпек і загроз, а також збереження стабільності функціонування економічної системи в умовах проведення децентралізації.

Базуючись на викладених вище теоретичних засадах, антикризове управління національною економікою в умовах децентралізації має здійснюватись поетапно та передбачати послідовність дій. Головне завдання управління в оперативному прийнятті таких рішень, які дозволили б досягти бажаного результату при мінімальних додаткових витратах, мінімізуючи негативні наслідки.

Для ефективної взаємодії антикризового управління національною економікою та проведення децентралізації важливою є реалізація таких принципів:

- функціональності – розмежування функцій між галузями господарювання, управлінськими елементами та окремими громадами, які розробляють антикризову стратегію, приймають управлінські рішення, забезпечують їх реалізацію і здійснюють контроль та регулювання;
- підпорядкованості – мінімізація рівнів підпорядкованості й оптимізація об'єктів, які підпадають під антикризове управління;
- централізованого управління – забезпечення виконання підрозділами антикризового управління завдань відповідно до визначеної місії, генеральної мети та основних завдань антикризового управління;
- делегування повноважень і відповідальності – передавання повноважень (прав прийняття рішень) і прийняття відповідальності територіальним громадам;
- оптимізації витрат – обґрунтування витрат на проведення антикризових заходів залежно від прийнятих рішень;
- комплексності – цілісне охоплення проблем, взаємодія підрозділів та узгодження всіх етапів діагностики і моніторингу;
- раціоналізації інформаційних потоків – прозорість в інформаційних потоках щодо внутрішньої та зовнішньої ситуації.

Наявність різноманітних методик оцінки ефективності антикризового управління національною економікою обумовлює доцільність їх системної класифікації, яка надає можливість об'єднати різноманітні методичні підходи в окремі групи, визначити спільні проблеми та недоліки, що притаманні окремим розробкам (рис. 1).

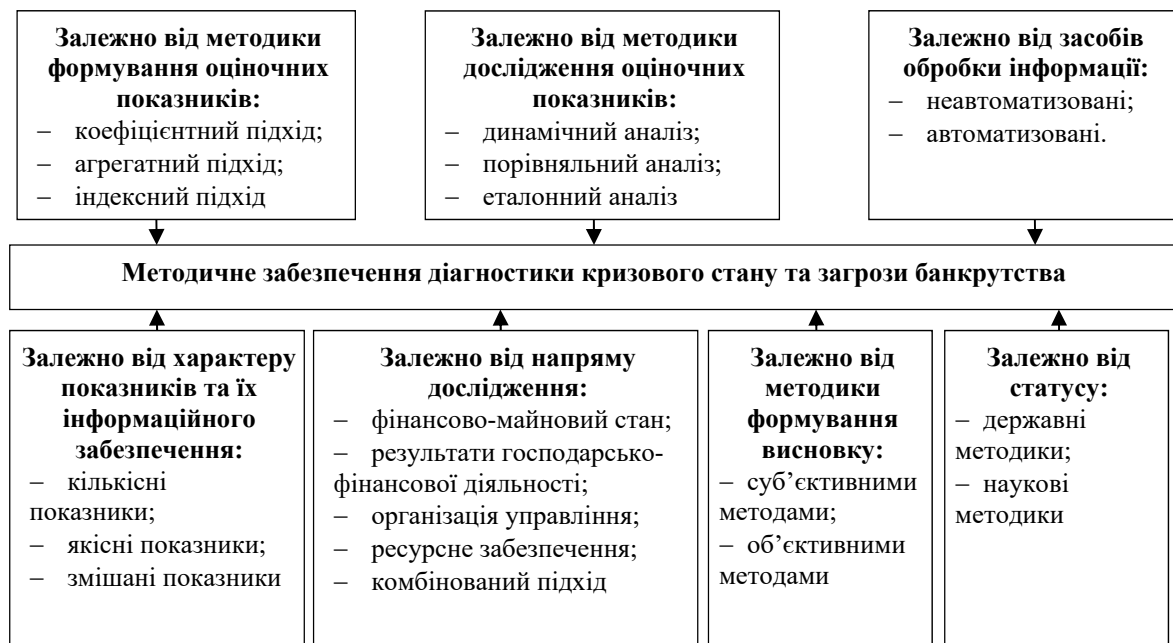


Рис. 1. Характеристика методичного забезпечення оцінки ефективності антикризового управління національною економікою

Джерело: складено автором на основі матеріалу [16]

Методичне забезпечення антикризового управління національною економікою характеризується великою різноманітністю підходів та інструментів його проведення. Практично кожне дослідження зарубіжних і вітчизняних фахівців з фінансового аналізу та антикризового управління містить викладення різноманітних методичних прийомів, які можуть використовуватися для здійснення цієї роботи. Під час проведення

моніторингу потрібно обрати заходи для визначення можливості та реальності настання кризи.

Найбільш коректним та доцільним для використання слід вважати комплексний підхід, який дає можливість узагальнити всі складники виникнення та перебігу кризових явищ. Всю сукупність етапів антикризового управління доцільно розподілити на чотири групи (рис. 2).



Рис. 2. Методика оцінки антикризового управління

Джерело: складено автором на основі матеріалів [17, 18].

Перша група проблем пов'язана з процесом розпізнання передкризових ситуацій; друга група базується на ключових постулатах функціонування системності і, як правило, охоплює методологічні проблеми функціонування (місія та цілі управління, засоби і методи управління) в умовах кризової ситуації. Третя група містить проблеми, пов'язані з технологією управління, а четверта група – проблеми з кадровим складом та професіоналізмом при розробці й прийнятті антикризових рішень.

Слід зазначити, що в умовах постійної зміни зовнішнього і внутрішнього середовища функціонування національної економіки збільшується ймовірність виникнення кризових ситуацій, які можуть набувати різних форм. Як свідчить практика, відсутність превентивного характеру управління кризою притаманне практично всім регіонам і галузям України. Це пов'язано з відсутністю стратегічного підходу в управлінні; орієнтацією на отримання надприбутків за короткостроковий період; дисбаланси при використанні й отриманні коштів; зростанням заборгованості; невдосконаленою системою ризик-менеджменту; дезорієнтацією існуючих стратегій;

відсутністю готовності функціонувати в постійно змінному ринковому середовищі.

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Вважаємо за доречне підкреслити, що реалізація положень антикризового управління національною економікою в умовах децентралізації забезпечується використанням стимулюючих інструментів антикризового управління та нових форм господарської діяльності із залученням різнопланових методів і орієнтацією на основні принципи та має бути реалізовано комплексно в економічній, соціальній і екологічній сферах. Беручи до уваги те, що національна економіка за структурою є складною системою, в перспективі визначаємо, що домінантним інструментом реалізації антикризового управління в умовах децентралізації виступає створення кластерів, які здатні забезпечити розвиток інтеграційних зв'язків між державою, підприємцями і територіальною громадою, забезпечивши поряд з антикризовими принципи сталого розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авер'янов, В. Б. Адміністративна реформа і правова наука / В. Б. Авер'янов // Право України. – 2002. – № 3. – С. 24-25.

2. Власюк, О. С. Національна безпека України: еволюція проблем внутрішньої політики / О. С. Власюк. – К.: НІСД, 2016. – 528 с.
3. Грицяк, І. А. Управління в Європейському Союзі: теоретичні засади: монографія / І. А. Грицяк. – К. Вид-во НАДУ, 2005. – 236 с.
4. Данилишин, Б. М. Децентралізація у країнах ЄС: уроки для України / Б. М. Данилишин, В. В. Пилипів // Регіональна економіка. – 2016. – № 1. – С. 5-11.
5. Масгрейв, Р. А. Государственные финансы: теория и практика / Р. А. Масгрейв. – М: Бизнес Атлас, 2009. – 716 с.
6. Миронова, Т. Л. Управління розвитком регіону: навч. посіб. / Т. Л. Миронова, О. П. Добровольська, А. Ф. Процай, С. Ю. Колодій. – К.: Центр навч. літератури, 2006. – С. 108-110.
7. Державне управління в Україні: централізація і децентралізація: монографія / кол. авт.; відпов. ред. проф. Н. Р. Нижник. – К.: Вид-во УАДУ, 1997. – 448 с.
8. Ткачук, А. Ф. Місцеве самоврядування: світовий та зарубіжний досвід / А. Ф. Ткачук, Р. Аграновф, Т. Браун. – К.: Заповіт, 1997. – 186 с.
9. Tiebout, C. An Economic Theory of Fiscal Decentralization, Princeton University Press. – Retrieved from: <http://www.nber.org/chapters/c2273.pdf>.
10. Oates, W. E. On the Evolution of Fiscal Federalism: Theory and Institutions / National Tax Journal. – Vol. 61. – P. 313-334.
11. Шаповал, В. М. Сутнісні характеристики місцевого самоврядування / В. М. Шаповал // Право України. – 2002. – № 3. – С. 5-11.
12. Чечель, О. М. Вихід із глобальної фінансової кризи: міжнародний досвід та перспективи України / О. М. Чечель // Інвестиції: практика та досвід. – 2010. – № 5. – С. 54-58.
13. Степанюк, Н. А. Глобальна фінансова нестабільність: реалії та перспективи / Н. А. Степанюк // Ефективна економіка [Електронний ресурс]. – №1. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nayka.com.ua>.
14. Антонюк, Н. А. Механізм антикризового регулювання національної економіки в умовах децентралізації / Н. А. Антонюк // Науково-виробничий журнал «Бізнес навігатор». – Херсон: ПВНЗ «Міжнародний університет бізнесу і права», 2018. – Випуск 2-1 (45). – 2018. – С. 41-45.
15. Чернявський, А. Д. Антикризове управління підприємством: [навч. посіб.] / А. Д. Чернявський. – К.: МАУП, 2006. – 256 с.
16. Василенко, В. О. Антикризове управління підприємством: [навч. посібник]. / В. О. Василенко. – К.: ЦУЛ, 2003. – 504 с.
17. Антикризисное управление: учебник. Государственный университет управления; под ред. Э. М. Короткова. – 2-е изд., доп. и перераб. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 620 с.
18. Антикризисный менеджмент: Учеб. пособие / Под ред. проф. А. Г. Грязновой. – М.: Тандем; Эксмо, 1999. – 368 с.

REFERENCES

1. Aver'ianov, V. B. (2002). Administratyvna reforma i pravova nauka [The administrative reform and legal science]. Pravo Ukrainy – Law of Ukraine, 3, 24-25 [in Ukrainian].
2. Vlasjuk, O. S. (2016). Natsional'na bezpeka Ukrainy: evoliutsiia problem vnutrishn'oi polityky: vybr. nauk. pratsi [The National Security of Ukraine: the evolution of the problems of the internal politics: selected scientific works]. Kyiv: NISD [in Ukrainian].
3. Hrytsiak, I. A. (2005). Upravlinnia v Yevropejs'komu Soiuzi: teoretychni zasady [The management in the European Union: theoretical foundations]. Kyiv: NADU [in Ukrainian].
4. Danylyshyn, B. M., Pylypiv, V. V. (2016). Detsentralizatsiia u krainakh Yevropejs'komu Soiuzi: uroky dlia Ukrainy [The decentralization in EU countries: lessons for Ukraine]. Regional'na ekonomika – Regional economy, 1, 5-11 [in Ukrainian].
5. Mashrejev, R. A. (2009). Hosudarstvennye fynansy: teoriya y praktyka [The state finance: the theory and practice]. Moskva: Byznes Atlas [in Russian].
6. Myronova, T. L. Dobrovol's'ka, O. P. Protsaj, A. F. and Kolodij, S. Yu. (2006). Upravlinnia rozvytkom rehionu [The Management by development of the region]. Kyiv: Tsentr navch. Literatury [in Ukrainian].
7. Nyzhnyk, N. R. (1997). Derzhavne upravlinnia v Ukraini: tsentralizatsiia i detsentralizatsiia [The governance in Ukraine: centralization and decentralization]. Kyiv: NADU [in Ukrainian].
8. Tkachuk, A. F., Agranoff, R., Braun, T. (1997). Mistseve samovriadiuvannia: svitovyj ta zarubizhnyj dosvid [The local government: world and foreign experience]. Kyiv: Zapovit [in Ukrainian].
9. Tiebout, C. (1961). An Economic Theory of Fiscal Decentralization. Retrieved from: <http://www.nber.org/chapters/c2273.pdf> [in English].
10. Oates, W. E. (2008). On the Evolution of Fiscal Federalism: Theory and Institutions. National Tax Journal, 61, 313-334 [in English].
11. Shapoval, V. M. (2002). Sutnisni kharakterystyky mistsevoho samovriadiuvannia [An essential characteristics of

local government]. Pravo Ukrainy – Law of Ukraine, 3, 5-11 [in Ukrainian].

12. Chechel', O. M. (2010). Vykhid iz hlobal'noi finansovoi kryzy: mizhnarodnyj dosvid ta perspektyvy Ukrainy [The output of the global financial crisis: international experience and prospects of Ukraine]. Investyicii: praktyka ta dosvid, 5, 54-58 [in Ukrainian].

13. Stepaniuk, N. A. (2014). Ghlobaljna finansova nestabilnistj: realiji ta perspektyvy [Global financial instability: realities and prospects]. Efektyvna ekonomika. Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua> [in Ukrainian].

14. Antoniuk, N. A. (2018). Mekhanizm antykryzovogho rehuljuvannja nacionaljnoji ekonomiky v umovakh decentralizaciji [Mechanism of national economy anti-crisis regulation in conditions of decentralization]. Biznes navigator, 2-1 (45), 41-45 [in Ukrainian].

15. Chernjavs'kyj, A. D. (2006). Antykryzove upravlinnja pidpryjemstvom [Anti-crisis management company]. Kyi'v: MAUP [in Ukrainian].

16. Vasylenko, V. O. (2003). Antykryzove upravlinnja pidpryjemstvom [Anti-crisis management company]. Kyi'v: CUL [in Ukrainian].

17. Korotkov, Je. M. (2009). (Ed.). Antikrizisnoe upravlenie [Anti-crisis management]. Moskva: INFRA-M [in Russian].

18. Grjaznov, A. G. (1999). (Ed.). Antikrizisnyj menedzhment [Anti-crisis management]. Moskva: Tandem [in Russian].

Антонюк Наталия Анатольевна. ДЕЦЕНТРАЛИЗАЦИЯ И АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ: СВЯЗЬ, ПОДХОДЫ, ИНСТРУМЕНТЫ

Проблемы антикризисного управления экономикой Украины в последнее время приобрели важнейшее значение. Это связано с внедрением децентрализации на всех уровнях хозяйствования. Антикризисное управление в аспекте данного исследования – скоординированная и систематическая деятельность уполномоченных органов местного самоуправления, направленная на анализ причин возникновения кризисов, ослабление негативного влияния кризисных явлений на экономику, полное устранение этих явлений, а также недопущение их проявления в будущем, и при котором для достижения определенных целей применяется специальный комплекс рычагов воздействия на общественные отношения. Целью статьи было выявить взаимосвязи и исследовать инструментарий влияния между децентрализацией и управлением национальной экономикой в процессе вывода территорий Украины из кризиса. Считаем, что децентрализация выступает составной антикризисного управления и является процессом, который благодаря передаче прав и полномочий от центральных до местных органов власти позволяет улучшить уровень хозяйствования, вести перспективы развития на основе использования имеющихся ресурсов и определение местных потребностей, обеспечить стабильную и безубыточную деятельность экономических субъектов объектов в государстве. Считаем, что децентрализация выступает составной антикризисного управления и является процессом, который благодаря передаче прав и полномочий от центральных до местных органов власти позволяет улучшить уровень хозяйствования, выделить перспективы развития на основе использования имеющихся ресурсов и определения местных потребностей, обеспечить стабильную и безубыточную деятельность экономических субъектов в государстве. В работе проведено исследование методологии и организации решения проблем антикризисного управления в процессе внедрения реформы децентрализации. Выявлено, что в условиях реформы децентрализации все ресурсы должны быть направлены на управление и координацию деятельности социально-экономической системы Украины с целью сохранения ее целостности. Результатом является внедрение рекомендаций для поддержания стабильного экономического положения на территориях и оптимального течения процессов и своевременной реакции на запросы окружающей среды. Доказано, что для развития национальной экономики важным является создание рационального взаимодействия антикризисного управления национальной экономикой и децентрализации, которое будет охватывать совокупность функций, методов, принципов и средств управления, основных задач и целей, форм, структур, технологий для эффективного использования инструментов и ресурсов системы. Подчеркнуто, что антикризисное управление не может существовать без эффективного и надежного инструментария диагностики и преодоления кризисов. Важным в исследовании выступает реализация положений антикризисного управления национальной экономикой в условиях децентрализации, которая обеспечивается использованием стимулирующих инструментов антикризисного управления и новых форм хозяйственной деятельности. Эта процедура с привлечением разноплановых методов и ориентацией на основные принципы должна быть реализована комплексно в экономической, социальной и экологической сферах.

Ключевые слова: децентрализация, антикризисное управление, кризис, национальная экономика, территориальные образования, реформа

Antoniuk Nataliia A. ANTI-CRISIS MANAGEMENT AND DECENTRALISATION: INTERRELATION, APPROACHES AND TOOLS

The problems of anti-crisis management of the Ukrainian economy have recently gained critical importance. This is due to the introduction of decentralisation at all levels of management. Anti-crisis management in the context of this study is a coordinated and systematic activity of authorized local governments, which is aimed at analyzing the causes of crises, reducing the negative impact of crisis phenomena on the economy, complete elimination of these phenomena, as well as preventing them in the future. The purpose of the article was to identify the interrelations and explore the tools of

national economy management under the conditions of decentralisation in the process of steering the territories of Ukraine out of crisis. We believe that decentralisation acts as an integral part of anti-crisis management and as a process that via transference of rights and powers from central to local authorities makes it possible to improve the level of management, to determine the development prospects based on the use of available resources and definition of local needs, to ensure a stable and non-deficient activity of economic subjects in the state. The paper analyzes methodology and organization of solving the problems of anti-crisis management in the process of implementing the decentralisation reform. It has been revealed that all resources in the framework of decentralisation reform should be used directly for management and coordination of the activities of the social and economic system of Ukraine to preserve its integrity. The result is implementing recommendations for maintaining a stable economic situation in the territories and an optimal flow of processes as well as timely response to environmental demands. It has been found out that for the development of national economy it is effective to create a rational interaction between anti-crisis management of the national economy and decentralisation, which will cover a set of functions, methods, principles and means of management, main tasks and objectives, forms, structures and technologies for the effective use of tools and resources of the system. It has been emphasized that anti-crisis management cannot exist without effective and reliable tools for diagnosing and overcoming crises. The importance of the study lies in the implementation of the provisions that anti-crisis management of the national economy has under the conditions of decentralised environment, ensured with the use of stimulating instruments of anti-crisis management and new forms of economic activity. This procedure, that involves diverse methods and focus on the basic principles, should be implemented comprehensively in the economic, social and environmental spheres.

Keywords: decentralisation, anti-crisis management, crisis, national economy, territorial entities, reform.

Одержано 10.11.2018 р.

УДК 327; 379.8

DOI:10.31339/2313-8114-2018-2(10)-14-20

Захарін Сергій Володимирович,

д.е.н., професор, професор,

Тяньцзиньський університет іноземних мов (КНР),

Лі Інін,

PhD, професор, директор,

Інститут Тяньцзиньського університету іноземних мов (КНР),

Смирнов Євген Валерійович,

к.е.н., доцент,

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана (Україна)

ЕКОНОМІЧНІ ВАЖЕЛІ СТИМУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТОКУ МІЖ КИТАЙСЬКОЮ НАРОДНОЮ РЕСПУБЛІКОЮ ТА УКРАЇНОЮ

В науковій праці викладено результати дослідження стану та проблем міжнародного співробітництва Китайської Народної Республіки та України у сфері туризму. Визначено, що потенціал міжнародного співробітництва між Китайською Народною Республікою та Україною у сфері туризму використовується недостатньо. Метою статті є викладення результатів дослідження з проблем економічного стимулювання туристичного потоку між КНР та Україною. Проаналізовано нормативно-правову базу регулювання міжнародного співробітництва Китайської Народної Республіки та України у сфері туризму. Визначено тенденції в'їзду громадян КНР до України. Ідентифіковано ключові проблеми, що можуть мати негативний вплив на активізацію туристичного потоку з Китаю до України та з України до Китаю. Вказано на наявність візових обмежень, а також про можливі шляхи взаємного спрощення візових процедур (формальностей). Виявлено тенденцію збільшення кількості туристичних продуктів, що представлені на ринках туристичних послуг обох держав, які передбачають можливості взаємного відвідування. Виділено найбільш популярні туристичні дестинації України для громадян Китаю та Китаю для громадян України. Описано можливості збільшення туристичних потоків за рахунок збільшення потенціалу співробітництва у тематичних сегментах (за видами туризму). Внесено науково обґрунтовані пропозиції та рекомендації, спрямовані на оптимізацію міжнародного співробітництва Китайської Народної Республіки та України у сфері туризму. Перспективним напрямом подальших розвідок у даній проблематиці є виявлення на ринках туристичних послуг обох країн, у першу чергу із застосуванням методів маркетингового аналізу, «ринкових ніш», в яких можуть бути розроблені та реалізовані економічно доцільні туристичні продукти.

Ключові слова: туризм, туристичні потоки, візові обмеження, міжнародне співробітництво, Китайська Народна Республіка, Україна.

ВСТУП

На туристичному ринку України представлено багато туристичних продуктів із можливістю відвідати різні курорти та міста КНР. У той же час Україна (в особі різних органів державної влади та управління) намагається активізувати туристичні прибуття із КНР. Однак, потенціал міжнародного співробітництва між Китайською Народною Республікою та Україною у сфері туризму використовується недостатньо. Зокрема, за оцінкою експертів, обсяги взаємних туристичних відвідувань, не дивлячись на їхню позитивну динаміку, є доволі незначними. Потенційні споживачі туристичних послуг обох країн відзначають слабку поінформованість про туристичні продукти та можливості подорожувань до країни-партнера. Даються взнаки візові обмеження, які є об'єктивним чинником, що стримує міжнародний туризм.

Постановка проблеми. Згідно нашої гіпотези, міжнародне співробітництво між КНР та Україною у сфері туризму має потенціал до активізації. Про це свідчать, зокрема, доволі незначні обсяги взаємних туристичних відвідувань (вказані обсяги можуть бути значимо збільшені). Україна, окрім того, потребує модернізації туристичної, курортної та готельної інфраструктури, і це завдання на взаємовигідних засадах може бути виконане із залученням китайських партнерів (у тому числі інвесторів, технологів, проектних та будівельних організацій). Невирішеною проблемою співробітництва між КНР та Україною у сфері туризму залишається усунення візових бар'єрів, про що неодноразово повідомлялося у періодиці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останнім часом з'являється чимало публікацій з актуальних питань українсько-китайського співробітництва за різними напрямками, у тому числі у сфері туризму [1; 8]. Наголошується на перспективності співробітництва з китайськими партнерами, необхідності посилення інвестиційної та інноваційної взаємодії [4; 9]. Окрім того, у наукових працях надано тлумачення міжнародно-правової бази регулювання спільної туристичної діяльності операторів обох країн [2; 5; 7]. Однак проблеми активізації туристичного потоку між КНР та Україною мають бути осмислені з новітніх позицій, зважаючи на сучасні виклики глобального розвитку та складну політичну і економічну ситуацію в Україні.

Мета статті (постановка проблеми). Мета статті – викладення результатів дослідження з проблем економічного стимулювання туристичних потоків між КНР та Україною.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Ключовим напрямом організації міжнародного співробітництва Китайської Народної Республіки та України у сфері туризму, курортів та готельного господарства є нормативно-правова регламентація відповідних форм та інструментів співробітництва. За повідомленням Міністерства закордонних справ України, нині договірно-правова база двосторонніх відносин налічує понад 300 документів, у тому числі

майже 200 документів основного списку (угоди і договори) [3].

Одним із перших міжнародно-правових документів, укладених Китайською Народною Республікою та Україною, стала Угода між Урядом України і Урядом Китайської Народної Республіки про взаємні поїздки громадян (Угоду підписано 31 жовтня 1992 р., набула чинності 02 березня 1993 р.), якою врегульовано окремі питання щодо поїздок громадян однієї країни до іншої, а також деякі особливості оформлення віз [8]. 05 грудня 2013 р. було підписано Меморандум про взаєморозуміння між Державним агентством України з туризму та курортів та Національною туристичною адміністрацією Китайської Народної Республіки про сприяння груповим поїздкам китайських туристів до України [6] (надалі – Меморандум).

Згідно статті 1 Меморандуму, китайська Сторона призначатиме туристичні агентства у Китаї, які уповноважені Національною туристичною адміністрацією КНР (КНТА) займатися поїздками китайських туристів за кордон, організовувати групові закордонні туристичні поїздки китайських туристів в Україну. Українська Сторона для організації групових туристичних поїздок китайських туристів до України, відповідно до законодавства України, призначатиме або рекомендуватиме туристичні агентства, які надають послуги з організації в'їзного туризму та зацікавлені в організації групових поїздок китайських туристів (далі – «українські приймаючі туроператори») [6].

Згідно статті 2 Меморандуму, сторони захищатимуть законні права та інтереси китайських громадян, що подорожують до України туристичними групами, вивчатимуть шляхи заснування обміну інформацією з безпеки туризму та механізм координації та розвитку співробітництва з реагування на надзвичайні ситуації туристів та страхування в туризмі. Українська Сторона взяла на себе зобов'язання встановити телефонні гарячі лінії для консультацій і надання швидкої допомоги китайським туристам. У цій же статті вказано, що сторони вживатимуть заходів для забезпечення безпечних та зручних умов оплати із використанням міжнародних платіжних карток, зокрема китайської «UnionPay» [6].

У статті 3 Меморандуму китайська сторона бере на себе зобов'язання просити громадян КНР, аби вони прибували до України та залишали територію України групами. Відповідно, українська сторона взяла на себе зобов'язання просити українських приймаючих туроператорів призначити туристичного гідів кожній групі, який допомагатиме вирішувати будь-які проблеми, з якими можуть зіткнутися китайські туристи під час всієї подорожі в Україну, шляхом взаємних консультацій із китайським керівником туристичної групи [6].

Положення статті 4 унормовують деякі особливості сприяння у оформленні віз для китайських туристичних груп, а також полегшення доступу китайських туроператорів, турагентів та гідів до візових та консульських установ України. У той же час пунктом 4 зазначеної статті визначено, що Посольство

України в Китайській Народній Республіці або Консульства України на території Китайської Народної Республіки не прийматимуть документів для отримання віз в Україну для китайських туристичних груп від будь-якого китайського туристичного агентства, організації, приватної особи, або які подані від імені китайських туристичних груп будь-якими організаціями або громадянами України та інших країн, які проживають у Китаї, крім призначених китайських туристичних агентств [6].

Аналіз положень вказаного Меморандуму дозволяє зробити висновок, що його положення спрямовані на захист прав та інтересів китайських туристів, що перебувають на території України у складі організованих туристичних груп. Китайська сторона взяла на себе певний обсяг обов'язків щодо сприяння розвитку виїзному туризму до України лише щодо тих туристів (споживачів туристичних послуг), що скористалися послугами уповноважених китайських туроператорів або турагентств (які, в свою чергу, мають відповідати певним критеріям, встановленим Національною туристичною адміністрацією Китайської Народної Республіки).

Своєю чергою, Україна в односторонньому порядку ухвалила рішення про суттєве полегшення візових обмежень для громадян КНР. Зокрема, було значно спрощено процедуру отримання віз громадянам КНР, які здійснюють індивідуальні туристичні подорожі, або знаходяться на території України транзитом.

В Китаї, у столиці – місті Пекін, працює

Посольство України у Китайській Народній Республіці, а у двох містах – Шанхаї та Гуанчжоу – працюють Генеральні консульства України [2]. До цих установ можуть звертатися китайські громадяни, які бажають здійснити індивідуальні поїздки до України.

Окрім того, в Пекіні, Шанхаї та Гуанчжоу працюють акредитовані українські Візові центри, які надають китайським громадянам послуги з прийому та оформленні заяв про видачу візи для в'їзду в Україну [1]. Заявники мають змогу подати документи для оформлення українських віз у зручному для них форматі та, за бажанням, отримати низку додаткових послуг (виготовлення фотокарток, переклад та копіювання документів, оформлення полісів медичного страхування, кур'єрські послуги, СМС-інформування, обслуговування у залах підвищеного комфорту) [1; 10].

Також слід звернути увагу, що позитивний ефект від реалізації Меморандуму зможуть відчувати не лише китайські туристи, що подорожують у складі організованих груп, але також і індивідуальні туристи (зокрема, в частині встановлення додаткових гарантій та механізмів безпеки китайських туристів, а також спрощення порядку оплати товарів та послуг із використанням міжнародних платіжних карт, емітованих у КНР).

За нашою оцінкою, вжиті заходи, у тому числі в частині реалізації положень вказаного Меморандуму, справляє позитивний вплив на динаміку туристичних поїздок китайських громадян до України, що підтверджується даними таблиці 1.

Таблиця 1

Динаміка в'їзду громадян КНР до України

	2013	2014	2015	2016	2017
В'їзд громадян КНР до України, осіб	18128	11308	12966	19599	29 561
Зміна за рік, осіб	1590	-6820	1658	6633	9962

Складено та розраховано авторами за даними Держстату (на основі даних Держсприкордонслужби) [7]

Як вбачається з даних поданої таблиці, протягом 2013-2017 рр. (за виключенням 2014 р.) кількість китайських громадян, які в'їхали в Україну, зростає. Зменшення у 2014 р. кількості китайських громадян, які в'їхали в Україну, пояснюється вочевидь їхнім побоюваннями у зв'язку із початком збройного конфлікту на сході України та загальним ускладненням безпекової ситуації. Показово, що у 2015, 2016 та 2017 рр. збільшувалися не лише кількість китайських громадян, які в'їхали в Україну, але й також обсяги приросту (у 2015 р. – на 1658 осіб, у 2016 р. – на 6633 особи, у 2017 р. – на 9962 особи). Вочевидь, ця позитивна динаміка пояснюється сумлінною реалізацією сторонами низки заходів, у тому числі в рамках виконання положень вказаного Меморандуму.

Положення вказаного Меморандуму справляють позитивний вплив не лише на сферу організації послуг, але й на інші види економічної діяльності, що задіяні у виробництві туристичних послуг. Зрозуміло, що організовані туристичні групи китайських туристів розміщуються у закладах готельного господарства, що пройшли належну сертифікацію. Відтак, збільшення кількості китайських громадян, що в'їхали в Україну,

створює додатковий платоспроможний попит на українському ринку готельних послуг [10, с. 88]. Крім того, за повідомленням АТ «Укрпрофоздоровниця», серед споживачів курортних послуг є громадяни КНР. Відтак, курортні заклади займаються вирішенням питання щодо підвищення доступності курортних та супутніх послуг для китайських громадян. Зокрема, йдеться про розробку інформаційних буклетів китайською мовою, а також про організацію відеофільму про курортний потенціал України, націленого на китайську аудиторію [10, с. 89].

Ми зумисно не подаємо даних про кількість в'їздів українських громадян до Китайської Народної Республіки, хоча ці дані є загальнодоступними та розміщуються на сайті Держстату України. На наш погляд, ці дані не відображають реальної динаміки поїздок українських громадян до Китайської Народної Республіки, у тому числі з метою туризму. Щоправда, таке становище спостерігається щодо даних в'їзду українських громадян не лише до КНР, а і до будь-якої іншої держави світу, оскільки в Україні не створено механізму (інструментів) моніторингу збору актуальної інформації щодо виїзду громадян, у тому числі щодо кінцевої країни виїзної дестинації, а також

щодо мети поїздки. Облік мети подорожі українських громадян, що виїжджають за кордон, здійснюється в основному на основі даних, що надаються уповноваженій українській установі у добровільному порядку [2].

У той же час на українському ринку туристичних послуг спостерігається збільшення кількості туристичних продуктів, що передбачають відвідування Китайської Народної Республіки [5, с.298]. Зокрема, згідно даних експрес-моніторингу, нині понад 30 українських туроператорів надають послуги щодо туристичних поїздок громадян у складі організованих туристичних груп на регулярній основі (у наперед визначені дати). Ці туроператори також отримали акредитацію у консульському відділі Посольства Китайської Народної Республіки в Україні і мають право подавати документи українських громадян для отримання туристичної візи по спрощеній процедурі.

Найбільш популярні серед українських громадян туристичні маршрути територією Китаю пролягають через найбільші міста – Пекін, Шанхай, Гуанчжоу, а також через міста, які мають значний курортний потенціал – Сан'я, Байдахе. Також користуються популярністю окремі міста, що мають культурне значення – Харбін, Сучжоу, Нанкін, Шенжень та ін. Нещодавно було апробовано чартерну програму на острів Хайнань (маршрут за напрямом Київ – Сан'я – Київ, виконує українська авіакомпанія), який є морським курортом та має значний курортний потенціал.

Найбільш популярні серед китайських громадян туристичні маршрути територією України також пролягають через найбільші міста – Київ, Одеса, Львів, а також через міста, що мають значне культурно-історичне значення та мають зручне розташування – Чернігів, Переяслав-Хмельницький, Кам'янець-Подільський, Біла Церква.

На нашу думку, в процесі міжнародного співробітництва Китайської Народної Республіки у сфері туризму слід приділити увагу активізації розвитку взаємних поїздок громадян у так званих «тематичних сегментах». Йдеться, зокрема, про діловий туризм (корпоративний туризм), освітній туризм, шопінг-туризм тощо.

Значні перспективи має корпоративний туризм, перш за все через необхідність поглиблення економічного співробітництва між двома країнами, особливо у сфері інновацій та високих технологій [4, с. 103]. Згідно наявних оцінок, найбільший потенціал корпоративного співробітництва зосереджено у сферах машинобудування (у тому числі літакобудування та суднобудування), енергетики, енергозбереження, аграрних технологій, мікроелектроніки [4, с. 105]. Зростає потенціал освітнього туризму, оскільки значна кількість українських студентів прагнуть опанувати китайську мову та здобути вищу освіту у китайських університетах. Окрім того, все ще залишається зацікавленість китайських абітурієнтів у навчанні в українських закладах вищої освіти. Також, з недавнього часу у чотирьох китайських університетах почали вивчати українську мову.

На основі проведеного аналізу можемо виділити кілька об'єктивних проблем, що гальмують повноцінну реалізацію потенціалу міжнародного співробітництва Китайської Народної Республіки та України у сфері туризму.

Серед найбільш відчутних проблем слід виділити відсутність міжнародного механізму взаємодії уповноважених органів обох держав. Нині основними інструментами міжнародної взаємодії Китайської Народної Республіки та України у різних сферах двостороннього порядку денного є традиційні дипломатичні контакти по лінії Міністерств закордонних справ, а також робота Комісії зі співробітництва між Урядом України та Урядом КНР. У структурі згаданої комісії створено низку підкомісій, у тому числі з питань торговельно-економічного співробітництва, з питань науково-технічного співробітництва, з питань співпраці у космічній галузі, з питань співпраці в галузі освіти, з питань співробітництва у сфері культури. Як видно з поданого переліку, окремої підкомісії з питань розвитку співробітництва у сфері туризму не створено. Вказане об'єктивно не сприяє розвитку міжнародного співробітництва між Китайською Народною Республікою та Україною у сфері туризму, курортів та готельного господарства.

Вказані питання слід обговорювати з урахуванням загального політичного діалогу між двома країнами, а також на основі принципового рішення України щодо участі у ініціативі «Один пояс – Один шлях». Слід врахувати, що реалізація спільних проектів у сфері туризму, курортів та готельного господарства повністю відповідає завданням, сформульованим у ініціативі «Один пояс – Один шлях».

Оскільки туризм є особливим видом економічної діяльності, проблематика активізації співробітництва у туристичній сфері може обговорюватися та вирішуватися в межах роботи підкомісії з питань торговельно-економічного співробітництва. Натомість порядок денний роботи згаданої комісії засвідчує, що на засіданнях вказаної підкомісії питання розвитку співробітництва у сфері туризму, курортів та готельного господарства майже не обговорюються.

Значною проблемою активізації міжнародного співробітництва Китайської Народної Республіки та України у сфері туризму є наявність візових бар'єрів. Зокрема, нині вартість оформлення китайської візи для українських громадян становить 1800 грн., що значно перевищує вартість віз інших країн. Окрім того, суттєво обмежено можливість оформлення так званих «мультивіз», які дають право багаторазового відвідування країни. Окрім того, за відгуками українських туристів, підвищити зручність оформлення китайських віз можливо через встановлення механізму попереднього запису на відвідування Консульської установи КНР у наперед визначений час (нині відвідування Консульської установи КНР відбувається у режимі «живої черги», через що заявники змушені витратити кілька годин на подачу документів та стільки ж часу – на їхнє

отримання).

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Проведене дослідження дало змогу сформулювати низку науково обґрунтованих пропозицій та рекомендацій, спрямованих на активізацію міжнародного співробітництва Китайської Народної Республіки та України у сфері туризму:

1. Доцільно створити механізм моніторингу міжнародного співробітництва Китайської Народної Республіки та України у сфері туризму. Такий механізм на рівні експертів може бути створений в стислі терміни в рамках роботи Підкомісії з питань торговельно-економічного співробітництва. Також доцільний моніторинг діяльності суб'єктів підприємницької діяльності, що займаються організацією туристичних поїздок громадян (туроператорів, турагентів, кур'єрів) в частині надання повної та достовірної інформації про правила перебування та туристичні об'єкти іншої країни.

2. Слід ухвалити управлінське рішення про створення у КНР української торгово-економічної місії, одним із завдань якої є здійснення некомерційного маркетингу українських туристичних об'єктів серед китайської аудиторії, інформування китайських громадян-потенційних туристів – про туристичні можливості України, надання практичної допомоги китайським туроператорам у налагодженні співробітництва з українськими туроператорами.

3. У порядок денний роботи підкомісії з питань торговельно-економічного співробітництва Комісії зі співробітництва між Урядом України та Урядом КНР слід включити актуальні питання міжнародного

співробітництва Китайської Народної Республіки та України у сфері туризму. Вказані питання слід обговорювати з урахуванням загального політичного діалогу між двома країнами, а також на основі принципового рішення України щодо участі у ініціативі «Один пояс – Один шлях».

4. Важливим напрямом активізації взаємних туристичних потоків є усунення візових обмежень. Доцільно запропонувати китайській стороні розглянути можливість відкриття Візових центрів КНР у найбільших містах України, а також запровадити спрощені інструменти оформлення віз для здійснення короткострокових туристичних поїздок. Окрім того, сторонам слід обговорити питання про зниження вартості послуг консульських установ.

5. Одним із напрямів активізації міжнародного співробітництва КНР та України є розвиток тематичних (спеціальних) видів туризму, у першу чергу корпоративного та освітнього туризму. Доцільно запровадити інструменти спрощеного доступу українських підприємств, наукових установ, вищих навчальних закладів до виставкових заходів іншої сторони. Слід популяризувати можливості вищих навчальних закладів обох країн на засадах взаємовигідного партнерства, стимулювати укладення договорів (меморандумів) між вищими навчальними закладами обох країн про співробітництво в освітніх сферах, надати підтримку програмам академічних обмінів.

Перспективним напрямом подальших розвідок у даній проблематиці є виявлення на ринках туристичних послуг обох країн, у першу чергу із застосуванням методів маркетингового аналізу, «ринкових ніш», в яких можуть бути розроблені та реалізовані економічно доцільні туристичні продукти.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Відкриття Візових центрів України у Китаї / Офіційний сайт Посольства України в Китайській Народній Республіці [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://shanghai.mfa.gov.ua/ua/news/embassy-news/62358-vidkrittya-vizovogo-centra-ukrajini-u-kitaji>.
2. Добровільна реєстрація українських громадян при подорожах за кордон / Офіційний сайт Міністерства закордонних справ України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://shanghai.mfa.gov.ua/ua/news/consular-news/63206-dobrovilyna-rejestracija-ukrajinsykih-gromadyan-pri-podorozhah-za-kordon>.
3. Договірні-правова база між Україною та Китаєм [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://china.mfa.gov.ua/ua/ukraine-cn/legal-acts>.
4. Захарін, С. В. Стимулювання інноваційної діяльності корпоративного сектору / С. В. Захарін // Фінанси України. – 2006. – № 7. – С. 101-107.
5. Захарін, С. В. Сталий розвиток сфери туристичних послуг: глобальні тенденції, міжнародна взаємодія, уроки для України / С. В. Захарін, В. П. Соболев, Ю. В. Мельник // Економічний вісник університету. – 2013. – Вип. 20/3. – С. 297-302.
6. Меморандум про взаєморозуміння між Державним агентством України з туризму та курортів та Національною туристичною адміністрацією Китайської Народної Республіки про сприяння груповим поїздкам китайських туристів до України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/156_104.
7. Туризм. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>.
8. Угода між Урядом України і Урядом Китайської Народної Республіки про взаємні поїздки громадян [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/156_052.
9. Ярошенко, Є. Місце України в глобальних стратегіях Китаю / Є. Ярошенко. – К.: МЦПД, 2015. – 44 с.
10. Antonishin A. P. Metody a technologie pro stimulaci rozvoje cestovniho ruchu ve velkem prumyslovém meste (na příkladu Tianjin, Čína) / A. P. Antonishin, I. Li, S. V. Zakharin // Modern Science. – 2017. – № 7. – P. 87-91.

REFERENCES

1. Vidkryttja Vizovykh centriv Ukrainy u Kytaji [New Ukraine Visa Application Centres launched in China]. Retrieved from: <https://shanghai.mfa.gov.ua/ua/news/embassy-news/62358-vidkryttja-vizovogo-centra-ukrajini-u-kitaji> [in Ukrainian].
2. Dobroviljna rejestracija ukrajinsjkykh ghromadjan pry podorozhakh za kordon [Voluntary registration of Ukrainian citizens when traveling abroad]. Retrieved from: <https://shanghai.mfa.gov.ua/ua/news/consular-news/63206-dobroviljna-rejestracija-ukrajinsjkykh-ghromadjan-pri-podorozhah-za-kordon> [in Ukrainian].
3. Doghovirno-pravova baza mizh Ukrajinou ta Kytajem [Legal basis of Ukraine and China]. Retrieved from: <http://china.mfa.gov.ua/ua/ukraine-cn/legal-acts> [in Ukrainian].
4. Zakharyn, S. V. (2006). Stymuluvannia innovaciinoi dialnosti korporatyvnogo sekoru [Stimulation of innovative activity of the corporate sector]. *Finansy Ukrainy – Finance Ukraine*, 7, 101-107 [in Ukrainian].
5. Zakharin, S. V., Sobol, V. P., Melnik, Y. V. (2013). Stalui rozvitok sfery turistishnich poslug: globalny tendencii, mignarodna vzaemodia, uroki dlia Ukraini. *Ekonomichiy vicnik universytetu – Economic Bulletin of the University*, 20/3, 297-302 [in Ukrainian].
6. Memorandum pro vzajemorozuminnja mizh Derzhavnym aghentstvom Ukrainy z turyzmu ta kurortiv ta Nacionaljnoju turystychnoju administracijeju Kytajskoj Narodnoj Respubliki pro spryannja ghrupovym pojizdkam kytajskjkykh turystiv do Ukrainy. Retrieved from: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/156_104 [in Ukrainian].
7. Turyzm [Tourism]. State Statistics Service of Ukraine. Retrieved from: <http://ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].
8. Ughoda mizh Urjedom Ukrainy i Urjedom Kytajskoj Narodnoj Respubliki pro vzajemni pojizdky ghromadjan. Retrieved from: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/156_052 [in Ukrainian].
9. Jaroshenko, Je. (2015). Misce Ukrainy v globaljnykh strategijakh Kytaju [Ukraine's Place in China's Global Strategies]. Kiev: MCPD [in Ukrainian].
10. Antonishin, A. P., Li I., Zakharin, S. V. (2017). Metody a technologie pro stimulaci rozvoje cestovniho ruchu ve velkem prumyslovém meste (na příkladu Tianj'in, Čína). *Modern Science*, 7, 87-91 [in Czech].

Захарин Сергей Владимирович, Ли Инин, Смирнов Евгений Валерьевич. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ РЫЧАГИ СТИМУЛИРОВАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТОКА МЕЖДУ КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКОЙ И УКРАИНОЙ

В научной работе изложены результаты исследования состояния и проблем международного сотрудничества КНР и Украины в сфере туризма. Определено, что потенциал международного сотрудничества между Китайской Народной Республикой и Украиной в сфере туризма используется недостаточно. Целью статьи является изложение результатов исследования по проблемам экономического стимулирования туристического потока между КНР и Украиной. Проанализирована нормативно-правовая база регулирования международного сотрудничества КНР и Украины в сфере туризма. Определены тенденции въезда граждан КНР в Украину. Идентифицировано ключевые проблемы, которые могут оказать негативное влияние на активизацию туристического потока из Китая в Украину и из Украины в Китай. Указано на наличие визовых ограничений, а также о возможных путях взаимного упрощения визовых процедур (формальностей). Выявлена тенденция увеличения количества туристических продуктов, представленных на рынках туристических услуг обоих государств, предусматривающих возможности взаимного посещения. Выделены наиболее популярные туристические дестинации Украины для граждан Китая и Китая для граждан Украины. Описаны возможности увеличения туристических потоков за счет увеличения потенциала сотрудничества в тематических сегментах (по видам туризма). Внесены научно обоснованные предложения и рекомендации, направленные на оптимизацию международного сотрудничества КНР и Украины в сфере туризма. Определены перспективы научных исследований в данном направлении. Перспективным направлением дальнейших исследований в данной проблематике является выявление на рынках туристических услуг обеих стран, в первую очередь с применением методов маркетингового анализа, «рыночных ниш», в которых могут быть разработаны и реализованы экономически целесообразные туристические продукты.

Ключевые слова: туризм, туристические потоки, визовые ограничения, международное сотрудничество, Китайская Народная Республика, Украина.

Zaharin Sergey V., Li Yining, Smirnov Yevhenii V. ECONOMIC LEVERS OF STIMULATING TOURIST FLOW BETWEEN THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA AND UKRAINE

The scientific work presents the results of a study of the state and problems of international cooperation between China and Ukraine in the field of tourism. It has been determined that the potential of international cooperation between the People's Republic of China and Ukraine in the field of tourism is not used sufficiently. The purpose of the article is to present the results of a study on the problems of economic stimulation of the tourist flow between the PRC and Ukraine. The regulatory framework for the regulation of international cooperation of China and Ukraine in the field of tourism has been analyzed. Trends in the entry of Chinese citizens to Ukraine have been identified. The key problems that may have a negative impact on the intensification of the tourist flow from China to Ukraine and from Ukraine to China have been identified. The presence of visa restrictions, as well as possible ways of mutual simplification of visa procedures (formalities) have been indicated. The tendency of increasing the number of tourism products, presented in the markets of

tourist services of both countries, providing for the possibility of mutual visits has been identified. The most popular tourist destinations of Ukraine for citizens of China and China for citizens of Ukraine have been highlighted. The possibilities of increasing tourist flows by increasing the potential for cooperation in the thematic segments (by type of tourism) have been described. Scientifically based proposals and recommendations aimed at optimizing the international cooperation of China and Ukraine in the field of tourism have been made. The prospects of scientific research in this direction have been determined. A promising direction for further research in this problem is the discovery in the markets of tourist services of both countries, first of all using marketing analysis methods, of "market niches", in which economically expedient tourism products can be developed and implemented.

Keywords: *tourism, tourist flows, visa restrictions, international cooperation, People's Republic of China, Ukraine.*

Одержано 27.10.2018 р.

УДК 336.6

DOI:10.31339/2313-8114-2018-2(10)-20-28

Кужелєв Михайло Олександрович,

д.е.н., професор,

директор Навчально-наукового інституту фінансів, банківської справи,

Університет державної фіскальної служби України,

Плахотнюк Володимир Віталійович,

здобувач кафедри фінансів імені Л. Л. Тарангул,

Навчально-наукового інституту фінансів, банківської справи,

Університет державної фіскальної служби України

Стабіас Сергій Миколайович,

аспірант,

Донецький національний університет імені Василя Стуса

ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОГО РИНКУ КОРПОРАТИВНИХ ЦІННИХ ПАПЕРІВ

Стаття присвячена дослідженню напрямів конкурентоспроможності національного ринку корпоративних цінних паперів. Проведено аналіз сучасного стану ринку корпоративних цінних паперів та показників його діяльності за 2009-2017 рр., а також особливостей організації ринку цінних паперів у розвинутих країнах світу, специфіки функціонування моделі організації вітчизняного фондового ринку. Мета статті – проаналізувати підходи до розвитку ринку корпоративних цінних паперів та систематизувати їх в механізм підвищення рівня його конкурентоспроможності. У статті розглянуто можливі підходи до вирішення проблем, що гальмують процес розвитку та функціонування ринку. Запропоновано шляхи вирішення цих проблем для подальшого розвитку національного ринку корпоративних цінних паперів та його інтеграцію на світовий ринок. Проаналізовано необхідні складові для створення конкурентного ринку корпоративних цінних паперів в Україні з ефективним механізмом обігу цінних паперів, захистом прав та інтересів його учасників тощо. Наукова новизна проведеного дослідження полягає в систематизації основних підходів до розвитку національного ринку корпоративних цінних паперів та підвищення його конкурентоспроможності, визначено, що майбутній розвиток ринку цінних паперів в Україні фактично неможливий без поетапного, поступового реформування більшості його складових. Методологія дослідження базувалася на індуктивному, дедуктивному, раціональному та системному підходах, математичному, статистичному аналізі основних економічних показників функціонування ринку корпоративних цінних паперів та аналізі міжнародного досвіду функціонування ринків цінних паперів (у статті узагальнено досвід країн ЄС та США, виокремлено основні підходи організації ринку, впровадження яких в Україні мало б позитивний ефект). Практичне значення має систематизація основних підходів в поетапний механізм реформування ринку корпоративних цінних паперів, для усунення його функціональних недоліків, підвищення рівня конкурентоспроможності та його повна інтеграція на світовий фінансовий ринок.

Ключові слова: *ринок фінансових послуг, фондовий ринок, корпоративні цінні папери, облігації, акції.*

ВСТУП

Постановка проблеми. Національний ринок корпоративних цінних паперів є багатогранною соціально-економічною системою, адже він сприяє акумуляції тимчасово вільних коштів та заощаджень

юридичних і фізичних осіб та їх трансформації у інвестиційний капітал, який перерозподіляється у соціальну та економічну сфери; позитивній динаміці розвитку соціальної структури суспільства; структурній перебудові економіки; підвищенню достатку домогосподарств та підприємств шляхом

володіння і вільного розпорядження цінними паперами.

Ринок цінних паперів є найвищою з існуючих форм розвитку товарно-грошових відносин у будь-якій країні. Відповідно при гармонійному розвитку, розвинутій інфраструктурі, налагодженому правовому механізмі забезпечення захисту інвесторів, емітентів та фінансових посередників він виступає потужним важелем економічного розвитку держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема підвищення конкурентоспроможності національного ринку корпоративних цінних паперів розглядається у працях провідних вітчизняних учених-економістів, таких як: О. Барановський, О. Білорус, Д. Богиня, В. Кузьменко, Л. Кістерський, І. Лук'яненко, З. Луцишин, І. Лютий, Ю. Пахомов, О. Плотніков, А. Чухно, В. Шелудько та ін. Але наявні дослідження не повною мірою вирішують існуючі проблеми розвитку національного ринку цінних паперів, який, незважаючи на більш ніж двадцятирічну історію, так і не виконує покладених на нього функцій.

Мета статті (постановка завдання). Мета статті полягає у виокремленні основних підходів до підвищення ефективності функціонування національного ринку корпоративних цінних паперів на основі аналізу його стану, особливостей функціонування і тенденцій розвитку та можливостей інтеграції у світовий фінансовий ринок.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Вітчизняний ринок корпоративних цінних

паперів все ще перебуває на стадії формування та розвитку, що пов'язано з вибором пріоритетів, визначенням правил гри, вдосконаленням існуючого законодавства, підготовкою професійних учасників, а також подоланням наслідків фінансових криз.

За даними звітів Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку (далі – НКЦПФР) протягом 2017-2018 рр. відбулося зростання емісійної діяльності на ринку корпоративних облігацій. Так, лише в 2017 році регулятором було зареєстровано 114 випусків облігацій підприємств на суму 8,35 млрд грн, що порівняно з 2016 роком більше на 2,8 млрд грн або на 51,4% [1].

Слід зазначити, що частка обсягу торгів облігаціями підприємств на біржовому ринку в загальному обсязі зросла з 16,54% у 2016 році до 20,54% у 2017 році. Аналіз обсягів та концентрації ринку корпоративних облігацій в Україні за 2009-2017 рр. представлено в табл. 1.

Проведений аналіз свідчить про те, що в Україні відсутня чітка тенденція концентрації корпоративних облігацій, що є негативним явищем і свідчить про нестабільність функціонування ринку. Нині вітчизняні компанії, які спроможні конкурувати на внутрішньому та зовнішньому ринках цінних паперів небагато, що є наслідком низького рівня капіталізації компаній і небажанням менеджменту корпорацій радикально змінювати ситуацію та корегувати прийняту стратегію. В свою чергу це створює низку перешкод для здійснення ефективної економічної політики в державі та потребує певних дій з боку як державних регуляторів, так й учасників ринку.

Таблиця 1

Обсяг та концентрація ринку корпоративних облігацій в Україні за 2009–2017 рр.

Роки	Обсяги емісії, млрд грн	Обсяги емісії 5-ти найбільших емітентів, млрд грн	Рівень концентрації, %	Частка найбільшого емітента в обсягах емісії, %
2009	10,11	3,3	32,64	16,03
2010	9,49	3,57	37,62	10,46
2011	35,91	10,5	29,24	14,70
2012	51,39	30,2	58,77	27,24
2013	42,47	20,16	47,47	11,77
2014	29,01	7,64	26,34	10,37
2015	11,42	6,1	53,42	18,39
2016	5,52	2,8	50,72	17,77
2017	8,35	4,2	50,29	13,53

Джерело: розраховано авторами на основі [1, 2]

В таблиці 2 представлено топ-п'ять підприємств-емітентів облігацій, які у 2017 році мали найбільший попит на біржовому ринку.

На основі показників обсягів емісії корпоративних цінних паперів та розміру ВВП у 2004-2016 рр. можна дійти висновку, що на початкових етапах тенденцію розвитку ринку корпоративних цінних паперів визначала макроекономічна ситуація в державі, але останніми роками ця тенденція дещо змінилася (рис. 1).

Дані рис. 1 свідчать, що динамічне зростання рівня національної економіки України впродовж 2004-

2007 років стимулювало таке ж різке зростання активності на ринку корпоративних цінних паперів, а глобальна економічна криза, у свою чергу, вплинула як на загальний стан економічної системи держави і світу, так і на національний ринок корпоративних цінних паперів, який в 2008-2009 рр. мав негативну динаміку. З початком глобальної фінансової кризи взаємозв'язки між ринком корпоративних цінних паперів та розвитком економіки стали менш помітними, адже частка емісії корпоративних цінних паперів в ВВП в 2010 році впала до 4,63 % (12,7 % в 2009 р.). У 2013 р. показник зріс до 7,10 %, а станом на 2016 рік показник

сягнув позначки 9,35 %. Така динаміка пояснюється, як внутрішніми інституційними так і зовнішніми чинниками. До 2014 року обсяг емісії збільшувався, у 2015 році скоротився через нестабільну геополітичну

ситуацію в державі (окупація Криму, військові дії на Сході України), а з 2016 року знову простежується тенденція до нарощування обсягів емісії цінних паперів українськими корпораціями.

Таблиця 2

ТОП – 5 підприємств-емітентів облігацій, які користувалися найбільшим попитом на біржовому ринку (за обсягом виконаних біржових контрактів та договорів)

№	Назва емітента	2017				
		Кількість біржових контрактів, шт.	Обсяг вик. біржових контрактів на орг. торгівлі, млн грн	Відсоток від загального обсягу вик. біржових контрактів на орг. торгівлі, %	Обсяг вик. договору на неорг. ринку, млн грн	Відсоток від заг. обсягу вик. договору на неорганізованому ринку, %
1	ПАТ «ТАСКОМБАНК»	59	1777	19,23	2122,57	8,96
2	ПАТ «ТРЕСТ ЖИТЛОБУД-1»	18	559	9,14	2790,03	11,78
3	ПрАТ «Нео Віта»	19	500	8,17	622,23	2,63
4	ПАТ «Альфа-Банк»	39	497	8,12	552,82	2,33
5	ТОВ «Сервіс-Технобуд»	3	475	7,76	1239,22	5,23

Джерело: складено авторами на основі звіту НКЦПФР [1]

Розвиток ринку корпоративних цінних паперів як складової економічної системи держави сприяє сталому економічному зростанню, збільшенню інвестиційних надходжень до реального сектору та

модернізації на цій основі виробничих потужностей і, як результат, підвищенню добробуту населення шляхом використання альтернативних фінансових ресурсів [2].

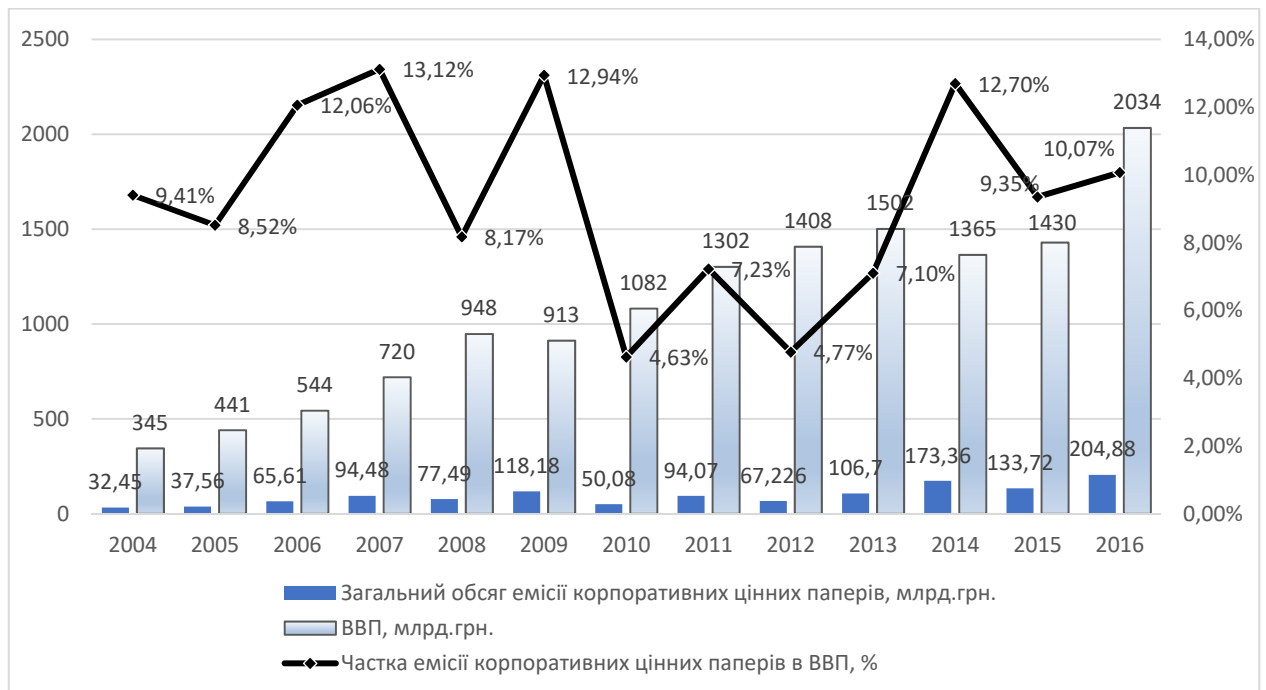


Рис. 1. Частка емісії корпоративних цінних паперів в ВВП України у 2004-2016 рр.

Джерело: побудовано авторами на основі [1, 2]

Враховуючи курс України на інтеграцію до світової спільноти, важливо проаналізувати політику розвитку ринків цінних паперів провідних зарубіжних країн. Так, американська модель створювалась з урахуванням ринково орієнтованої фінансової системи, на основі розвиненого ринку капіталу, широкого набору фінансових інструментів. Вона спирається на зовнішні ефективні ринки

корпоративного контролю за діяльністю емітентів. Характерною рисою корпоративної власності у США є відсутність доміантних інвесторів. Через злиття, поглинання, приєднання, купівлю компаній ринок дозволяє інвесторам встановлювати ефективний зовнішній контроль над корпоративним капіталом. Це підкріплюється й суворими вимогами гласності щодо фінансової інформації, яку надають корпорації [3].

Вивчаючи досвід США, для розвитку ринку цінних паперів в Україні важливо врахувати вплив державного регулювання, тому що нині національний ринок корпоративних цінних паперів є «забутим» з боку держави та має значні недоліки на законодавчому рівні, а по деяким питанням законодавча база взагалі відсутня, а учасники діють по принципу «що не заборонено, те дозволено».

Щодо досвіду країн ЄС, то варто розпочати з Федеральної Республіки Німеччина (далі – ФРН), якій притаманна банкоцентрична модель організації фінансового ринку, яка чіткіше виражена у структурі фондового ринку, так як особливою рисою її фінансової системи є суттєва перевага банків в активах країни. Масштаби фондового ринку Німеччини в порівнянні з США є незначними. Це пояснюється пріоритетністю банків у економіці країни, адже вони задовольняють основну частину потреб великих компаній у позичковому довгостроковому капіталі. Для України імплементація досвіду ФРН є надзвичайно важливою, оскільки економічні передумови та структура власності є схожими [4].

Система організації корпоративного ринку цінних паперів у Франції базується на значній кількості нормативно-правових актів, що запроваджувалися на різних етапах економічного розвитку країни. Корпоративний ринок у Франції базується на загальних положеннях, які властиві Європейській спільноті. Відповідно до цих положень у Франції створено перспективну і добре розвинену біржову торгівлю [5].

В цілому, особливість європейської моделі полягає в тому, що банки займають центральне місце на ринку цінних паперів – їм дозволено поєднувати традиційні банківські операції з операціями на фондовому ринку. За такої системи банківські установи є переважно універсальними, які одночасно виступають й інвестиційними компаніями та фондами, й брокерами-дилерами та інвестиційними консультантами. Державне втручання існує, але воно мінімальне. Це пояснюється тим, що в країнах, де функціонує європейська модель, є висока корпоративна культура ведення бізнесу, в тому числі на ринку цінних паперів, що передбачає формування ефективної системи саморегулювання. Добровільна підтримка прийнятих законодавчих та моральних норм, правил і договорів не звільняє у разі порушення Закону від цивільної та кримінальної відповідальності будь-якого з суб'єктів ринку. Система обліку прав на цінні папери є централізованою та передбачає наявність центрального депозитарію країни [6].

Одна з головних проблем Євросоюзу полягає в тому, що незважаючи на високий рівень активності у корпоративному секторі, діяльність великих акціонерних компаній певною мірою контролюється інвесторами зі Сполучених Штатів Америки.

Виходячи з досвіду країн США та країн Європи, де ринки корпоративних цінних паперів успішно розвиваються та ефективно співпрацюють між собою, необхідно здійснити низку радикальних заходів, які пришвидшать інтеграцію національного ринку до світового ринку цінних паперів. В свою чергу, це

потребує вирішення ряду проблем, які існують нині: захист прав корпоративної власності; нерегулярність біржових торгів; фрагментарність ринку; велика кількість організаторів торгівлі, що не відповідає сучасним потребам; низький рівень фінансової грамотності учасників ринку (це стосується не тільки приватних інвесторів, але й деяких держслужбовців, які мають регулювати розвиток ринку); відсутність корпоративної культури та ін.

Вищеперелічені проблеми можна вирішити в середньо- або довгостроковій (залежно від геополітичної ситуації в країні) перспективі. Для вирішення цих проблем потрібно розробити конкретні підходи, відповідно до яких необхідно здійснювати організацію функціонування національного ринку цінних паперів.

Особливої уваги потребує проблема розміщення вітчизняними компаніями своїх акцій на зарубіжних фондових біржах, в першу чергу через механізм депозитарних розписок.

Важливою ознакою функціонування ринку корпоративних цінних паперів в США та країнах ЄС є розвиток альтернативних біржових майданчиків, які функціонують при основних фондових біржах країни, регулювання їхньої діяльності здійснюється безпосередньо фондовою біржею. Важливо розуміти, що процедура включення компанії до лістингу на альтернативному майданчику багато в чому залежить від того, наскільки діяльність компанії відповідає міжнародним стандартам. А саме міжнародним принципам ведення звітності, принципам публічності, принципам розробки та втілення чіткої стратегії розвитку, принципам прозорості та відкритого аудиту [7].

Важливо виділити, що основними напрямками розвитку фондового ринку в найближчій перспективі мають стати заходи, спрямовані на вирішення основних проблем функціонування та на підвищення рівня його конкурентоспроможності (рис. 2).

Збільшення рівня конкурентоспроможності та ефективності функціонування національного ринку корпоративних цінних паперів можливе лише у випадку послідовної реалізації стратегічних та поточних завдань, які повинні бути відображені в змінах законодавчих актів, етики поведінки на ринку топ-менеджменту як корпорацій, так й керівників держави, обов'язково орієнтуючись на традиції та норми європейського права.

В Україні досить низький рівень інформованості та знань населення щодо функціонування ринку цінних паперів. В результаті це призводить до низької активності фізичних осіб, які в розвинених країнах є одними з головних учасників ринку. Крім того, необхідно підвищити прозорість операцій на ринку цінних паперів й вимоги до якості інформації, яка надається емітентами щодо фінансового стану та результатів діяльності (відповідно до європейських стандартів), необхідно сформувати середовище інформаційної відкритості та прозорості, варто удосконалити систему розкриття інформації про діяльність корпоративних структур. Виникає потреба актуалізації чинного законодавства, що регулює

діяльність суб'єктів ринку та здійснення реформ, необхідних для створення відповідної інфраструктури.

Проаналізувавши зарубіжний досвід та ситуацію на вітчизняному ринку корпоративних цінних паперів, а також основні підходи щодо покращення функціонування ринку цінних паперів, можна зробити висновок, що його майбутнє фактично неможливе без реформування більшості його сегментів та підсистем. Варто зазначити, що це неможливо досягти за відсутності цілісної та послідовної державної політики – необхідно розробити механізм поетапного підвищення рівня конкурентоспроможності національного ринку цінних паперів (рис. 3).

Важливо також зазначити, що в умовах

інтенсивного розвитку інформаційного суспільства необхідно активно вдосконалювати технології торгівлі, використовуючи Інтернет-технології та впроваджуючи нові торгові системи та платформи.

Рівень ефективності функціонування національного ринку корпоративних цінних паперів напряму залежить від належного інфраструктурного забезпечення, яке сьогодні в Україні відсутнє. Тому необхідно запровадити електронний документообіг при укладанні та виконанні угод з цінними паперами; прийняти єдині стандарти та сертифікувати системи електронного цифрового підпису та шифрування даних (відповідно до європейських стандартів).



Рис. 2. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності та ефективності функціонування національного ринку корпоративних цінних паперів

Джерело: складено авторами на основі [2,3,7,8]

Слабка технічна оснащеність досить часто є причиною збоїв. Питання створення надійної системи електронного захисту фінансової системи України особливо актуальне сьогодні, в умовах нестабільної геополітичної ситуації. Високий рівень технічної оснащеності дозволяє компаніям надавати послуги інтернет-трейдингу своїм клієнтам. Ця послуга є поширеною в розвинених країнах світу, адже вона дозволяє фізичній особі власноруч, через комп'ютерну програму, здійснювати торги на фондових ринках [12].

Підсумовуючи вищесказане, слід зазначити, що сучасний стан фондового ринку України визначається ступенем його інтегрованості в світовий ринок капіталів і характером глобалізаційних процесів, але важливо також враховувати й внутрішні фактори: економічного, політичного і соціального характеру. Підвищення ефективності діяльності на національному ринку корпоративних цінних паперів дозволить зробити його більш привабливим як для інвестицій вітчизняних громадян, так і для іноземних інвесторів.

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Фондовий ринок України відносно молодий, поступово розвивається, але є фактори, що сповільнюють цей процес. Одним з них є недостатня конкурентоспроможність національного ринку корпоративних цінних паперів, причиною якої є нерозвинене корпоративне управління ринком, недостатня розбудова інфраструктури ринку цінних

паперів, недосконалість законодавства України тощо. Досягнути позитивних змін на фондовому ринку значною мірою можна завдяки зусиллям відповідних державних органів. Разом із цим варто зазначити, що держава може лише коригувати напрями розвитку фондового ринку, а його стан та перспективи залежать виключно від діяльності суб'єктів господарювання. Ліквідний, надійний та прозорий фондовий ринок має забезпечити реалізацію національних інтересів України та економічне зростання загалом.

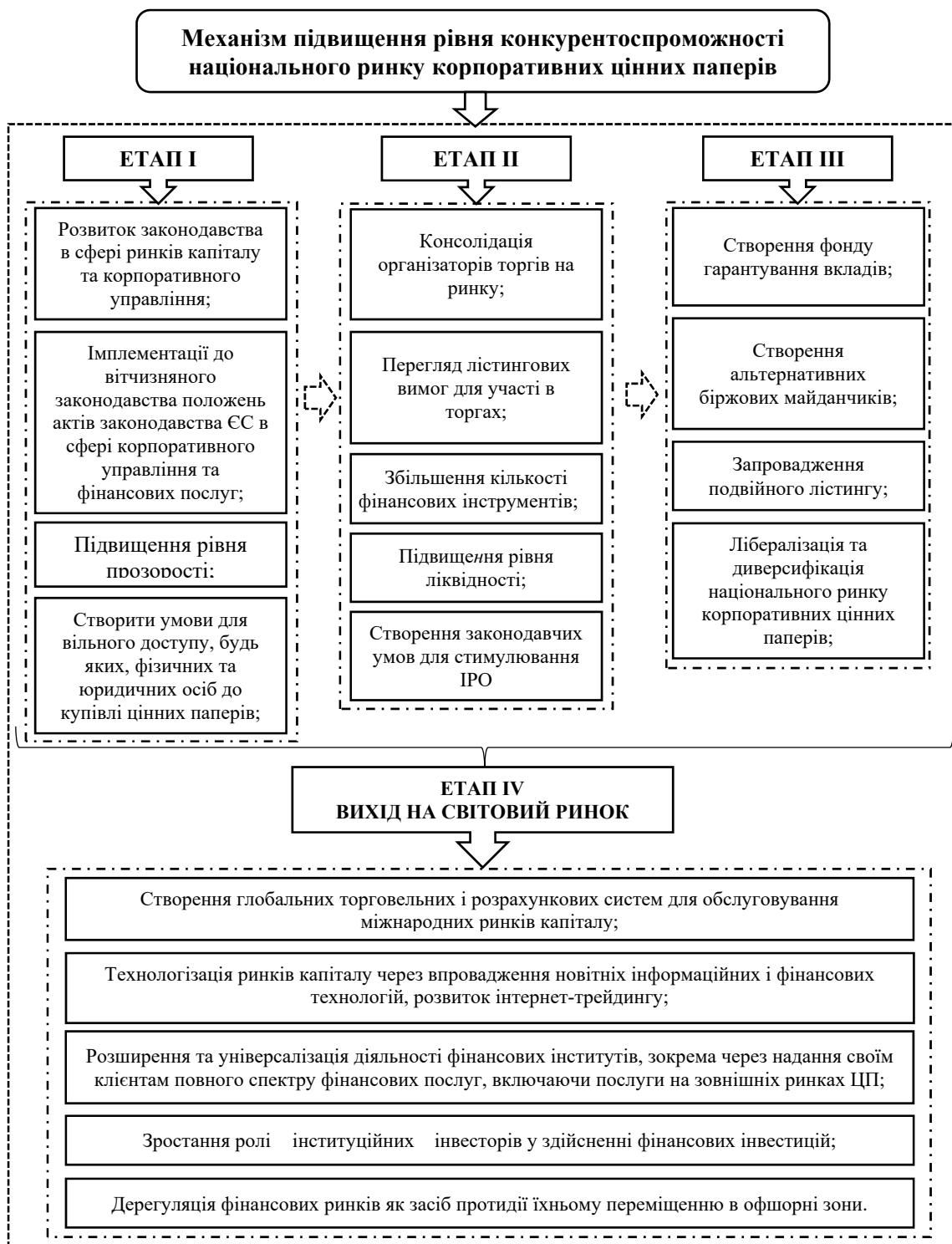


Рис. 3. Механізм поетапного підвищення конкурентоспроможності національного ринку корпоративних цінних паперів

Джерело: складено авторами на основі [7-11]

Запропонований поетапний механізм підвищення рівня конкурентоспроможності національного ринку цінних паперів дозволить вирішувати перелічені вище проблеми поступово, адже реформування ринку корпоративних цінних паперів повинно здійснюватися з урахуванням його проблем. Послідовний підхід дозволить змінювати ринок частково, по секторах, що у свою чергу зменшить імовірність виникнення ризиків, адже поетапне реформування сегментів ринку цінних паперів дозволить виявити недоліки у фінансовій політиці держави ще на початковому етапі (на основі взаємозалежності ключових показників ринку) та вчасно їх усунути. Також раціональний, поетапний підхід дозволяє зробити процес реформування ринку більш еластичним, адаптованим до нових змін на

зовнішньому ринку. Кінцевим результатом повинно стати створення конкурентоспроможного внутрішнього ринку корпоративних цінних паперів та його інтеграція до світового фінансового ринку (зокрема ринку ЄС).

В перспективі вимагає ретельного вивчення наступні проблеми: надто вузький спектр доступних для роботи фінансових інструментів, що ускладнює диверсифікацію портфелів і можливостей для інвестування; низька якість цінних паперів, що перебувають в обігу; висока волатильність цін лістингових цінних паперів; низький рівень розвитку ринку деривативів; відсутність в обігу на біржах цінних паперів іноземних емітентів, активи яких розміщені в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Річний звіт за 2017 Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку [Електронний ресурс] // Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.nssmc.gov.ua/reports/>.
2. Кужелев, М. О. Аналіз розвитку національного ринку корпоративних цінних паперів в умовах європейської інтеграції / М. О. Кужелев, І. Г. Брітченко, С. М. Стабіас. // Науковий вісник Мукачівського державного університету. – 2015. – №1. – С. 237-242.
3. Лозовський, О. М. Формування системи ефективного корпоративного управління в акціонерних товариствах / О. М. Лозовський, О. В. Незбутня. // «Молодий вчений». – 2017. – №4. – С. 694-696.
4. Market Highlights [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.world.exchange.org.
5. Навроцька, Н. Формування моделі українського ринку цінних паперів / Н. Навроцька // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 2-11. – С. 146-150.
6. Кравченко, В. П. Особливості організації ринку цінних паперів у країнах світу / В. П. Кравченко, Н. О. Паламарчук. // Наукові записки. – 2013. – №13. – С. 128-133.
7. Кужелев, М. Інноваційні методи кредитування корпоративного сектору економіки в умовах динамічного зовнішнього середовища / М. Кужелев // Проблемы и перспективы развития сотрудничества между странами Юго-Восточной Европы в рамках черноморского экономического сотрудничества. – 2012. – № 8. – С. 231-235.
8. Житар, М. О. Аналіз активності банків на ринку цінних паперів / М. О. Житар // Міжнародна банківська конкуренція: теорія і практика: зб. тез доп. IX Міжн. Наук.-практ. конф. (22-23 травня 2014 р., м. Суми). – Суми : ДВНЗ «У АБС НБУ», 2014. – С. 46-48.
9. Кужелев, М. О. Розвиток інфраструктури ринку цінних паперів: сутність та елементи / М. О. Кужелев, І. П. Головенко // Збірник наукових праць Університету державної фіскальної служби України. – 2016. – № 2. – С. 145-156.
10. Фінансова гнучкість прийняття рішень в інвестиційній діяльності банків: монографія / М. О. Житар. – Київ: Видавництво «Центр учбової літератури» Київ-Бидгощ, 2016. – 176 с.
11. Нечипоренко, А. В. Зарубіжний досвід використання фінансових інструментів стимулювання регіонального розвитку / А. В. Нечипоренко // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. – 2017. – Вип. 25, Ч. 2. – С. 97-101.
12. Association agreement: from partnership to cooperation: collective monograph / [edited by M. Dei, O. Rudenko]. – Hamilton, Ontario: Accent Graphics Communications & Publishing, 2018. – 276 p.

REFERENCES

1. Richnyi zvit za 2017. (2017). Natsionalnoi komisii z tsinnykh paperiv ta fondovoho rynku. Natsionalna komisiia z tsinnykh paperiv ta fondovoho rynku. Retrieved from: <https://www.nssmc.gov.ua/reports/> [in Ukrainian].
2. Kuzheliev, M. O., Britchenko, I. H., Stabias, S. M. (2015). Analiz rozvytku natsionalnoho rynku korporatyvnykh tsinnykh paperiv v umovakh yevropeiskoi intehtatsii [Analysis of the national market corporate securities under the european integration]. Naukovyi visnyk Mukachivskoho derzhavnoho universytetu – Scientific Bulletin of Mukachevo State University. Series «Economics», 1, 237-242 [in Ukrainian].
3. Lozovskiy, O. M., Nezbutnia, O. V. (2017). Formuvannia systemy efektyvnoho korporatyvnoho upravlinnia v aktsionernykh tovarystvakh [The formation of system of effective corporate management in stock companies]. Molodyi vchenyi – Young Scientist, 4, 694-696 [in Ukrainian].
4. Market Highlights. Retrieved from www.world.exchange.org [in English]
5. Navrotska, N. (2010). Formuvannia modeli ukrainskoho rynku tsinnykh paperiv [Formation of the Ukrainian

securities market model]. Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy – Scientific Bulletin of UNFU, 2-11, 146-150 [in Ukrainian].

6. Kravchenko, V. P., Palamarchuk, N. O. (2013). Osoblyvosti orhanizatsii rynku tsinnykh paperiv u krainakh svitu [Features of the securities market organization in the countries of the world]. Naukovi zapysky, 13, 128-133 [in Ukrainian].

7. Kuzheliev, M. (2012). Innovatsiini metody kredytuvannia korporativnoho sektoru ekonomiky v umovakh dynamichnoho zovnishnoho seredovyscha [Innovative methods of lending to the corporate sector in an environment of dynamic external environment]. Problemy u perspektyvy razvytyia sotrudnychestva mezhdu stranamy Yuho-Vostochnoi Evropy v ramkakh chernomorskoho ekonomycheskoho sotrudnychestva – Problems and prospects of development of cooperation Between countries of Eastern Europe, South within the Black Sea economic cooperation and GUAM, 8, 231-235 [in Ukrainian].

8. Zhytar, M. O. (2014). Analiz aktyvnosti bankiv na rynku tsinnykh paperiv [Analysis of banks' activity in the securities market]. Sumy: DVNZ «U ABS NBU» [in Ukrainian].

9. Kuzheliev, M. O., Holovenko, I. P. (2016). Rozvytok infrastruktury rynku tsinnykh paperiv: sutnist ta elementy [Development of securities market infrastructure: essence and elements]. Zbirnyk naukovykh prats Universytetu derzhavnoi fiskalnoi sluzhby Ukrainy, 2, 145-156 [in Ukrainian].

10. Zhytar, M. O. (2016). Finansova hnuchkist pryiniattia rishen v investytsiinii diialnosti bankiv [Financial flexibility of decision-making in investment activity of banks]. Kyiv: Vydavnytstvo «Tsentr uchbovoi literatury» [in Ukrainian].

11. Nechyporenko, A. V. (2017). Zarubizhnyy dosvid vykorystannya finansovykh instrumentiv stymulyuvannya rehionalnoho rozvytku [The foreign experience of financial instruments stimulation for the regional development]. Naukovyy visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriya: Ekonomika i menedzhment, 25-2, 97-101 [in Ukrainian].

12. Dei, M., Rudenko, O. (2018) [Eds.]. Association agreement: from partnership to cooperation. – Hamilton, Ontario: Accent Graphics Communications & Publishing [in English].

**Кужелев Михаил Александрович, Плахотнюк Владимир Витальевич, Стабиас Сергей Николаевич.
ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
НАЦИОНАЛЬНОГО РЫНКА КОРПОРАТИВНЫХ ЦЕННЫХ БУМАГ**

Статья посвящена исследованию направлений конкурентоспособности национального рынка корпоративных ценных бумаг в Украине. Проведен анализ современного состояния рынка корпоративных ценных бумаг и показателей его деятельности за 2009-2017 гг., а также особенностей организации рынка ценных бумаг в развитых странах мира, специфики функционирования модели организации отечественного фондового рынка. Цель статьи – проанализировать подходы к развитию рынка корпоративных ценных бумаг и систематизировать их в механизм повышения уровня его конкурентоспособности. В статье рассмотрены возможные подходы к решению проблем, тормозящих процесс развития и функционирования рынка. Предложены возможные пути решения этих проблем для дальнейшего развития национального рынка корпоративных ценных бумаг и его интеграцию в мировой рынок. Проанализированы необходимые составляющие для создания конкурентного рынка корпоративных ценных бумаг в Украине с эффективным механизмом обращения ценных бумаг, защитой прав и интересов его участников и др. Научная новизна проведенного исследования заключается в систематизации основных подходов к развитию национального рынка корпоративных ценных бумаг и повышения его конкурентоспособности, определено, что будущее развитие рынка ценных бумаг в Украине фактически невозможен без поэтапного, постепенного реформирования большинства его составляющих. Методология исследования основана на индуктивном, дедуктивном, рациональном и системном подходах, математическом, статистическом анализе основных экономических показателей функционирования рынка корпоративных ценных бумаг и анализе международного опыта функционирования рынков ценных бумаг (в статье обобщен опыт стран ЕС и США, выделены основные подходы организации рынка, внедрение которых в Украине имело б положительный эффект). Практическое значение имеет систематизация основных подходов в поэтапный механизм реформирования рынка корпоративных ценных бумаг, для устранения его функциональных недостатков, повышение уровня конкурентоспособности и его полная интеграция в мировой финансовый рынок.

Ключевые слова: рынок финансовых услуг, фондовый рынок, корпоративные ценные бумаги, облигации, акции.

Kuzheliev Mykhailo O., Plakhotniuk Volodymyr V., Stabias Serhiy M. PRIORITY GUIDELINES OF COMPETITIVE RECOVERY IN THE NATIONAL MARKET OF CORPORATE SECURITIES

The article deals with the research devoted to some tendencies of competitiveness in the national market of corporate securities in Ukraine. A careful analysis of current status in the national market of capital issues has been carried out with a glance at its indices during 2009-2017, and taking into account some features of equity market organization in developed countries as well as functioning specificity of national stock market. The object of the article is to analyze approaches to the development of the market of corporate securities and systematize them in a mechanism of its competitive recovery. In the article some possible approaches to the solution of problems which are an obstacle in the way of development and functioning of the market have been considered. Particular problem solving has been suggested in order to contribute to the further development of the national market of corporate securities and its integration with the

global market. Essential conditions for making a competitive market of corporate securities in Ukraine with an effective mechanism of securities turnover, protection of market participants etc. have been also analyzed. The originality of the research work consists in the systematization of main approaches to the development of the national market of corporate securities and increasing the level of its competitiveness. The article explicates the fact that the further development of the national market of corporate securities is impossible without gradual reforming of its components. The methodology of the research is based on the inductive, deductive, rational and system approaches, mathematical and statistical analysis of the main economic indicators. General experience of the global market has been taken into consideration (some experience of the European Community and the USA has been generalized and those essential approaches to the market organization adoption of which could be useful in this country have been picked out. The practical importance is that the approaches are systematized and connected with a gradual mechanism of the market reforming that is necessary for the increasing of the level of its competitiveness and complete integration with the global market.

Key words: financial market, stock market, corporate securities, bonds, stocks.

Одержано 10.11.2018 р

УДК 338.583

DOI:10.31339/2313-8114-2018-2(10)-28-34

Михальчинець Галина Томівна,
старший викладач кафедри фінансів,
Мукачівський державний університет

ІНФРАСТРУКТУРА ФІНАНСОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ: ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

Ефективність розвитку інфраструктурного забезпечення фінансового ринку забезпечує можливість розширення механізмів фінансування, убезпечує фінансові потоки суб'єктів підприємництва від низько ефективних операцій, переорієнтовує інвесторів до європейського механізму фінансування через фінансові холдинги. На жаль, в науковій та регуляторній діяльності поки не досягнуто єдності щодо визначення змістовних принципів та ознак, місця та значення інфраструктури фінансового ринку. Мета статті – обґрунтувати теоретичні та прикладні аспекти функціонування і розвитку інфраструктури фінансового ринку України. Застосовані методи дослідження: при обґрунтуванні категоріального апарату – метод наукових абстракцій; при визначенні закономірностей розвитку базових сегментів інфраструктури фінансового ринку – методи аналізу та синтезу, індукції та дедукції; при обґрунтуванні ролі фінансових посередників у формуванні сучасної моделі вітчизняного фінансового ринку – методи порівняння, згрупувань, вибірок; для обґрунтування стратегії розвитку інфраструктури фінансового ринку країни – методи наукової абстракції. Практичне значення отриманих результатів полягає в обґрунтуванні теоретичних висновків та розроблені практичних рекомендацій, які можуть бути використані у процесі розробки державних програмних документів, що визначатимуть стратегію розвитку інфраструктури фінансового ринку країни загалом та окремих його сегментів, а також в діяльності посередників фінансового ринку. Наукова новизна: набули подальшого розвитку трактування категорії «інфраструктура фінансового ринку», під яким пропонується визначити підсистему ринкової інфраструктури, багатосторонню систему інституцій, діяльність яких спрямована на встановлення спільних правил і процедур для всіх учасників ринку, технічне забезпечення і спеціальні практики менеджменту ризиків. Проведено вибіркового аналізу сучасного складу фінансових установ в Україні та їх динаміку. Удосконалено науково-методичні підходи до структуризації елементів інфраструктури фінансового ринку на основі їх модернізації. Дослідження складових та їх структуризації, а також системних елементів інфраструктури фінансового ринку є важливим аспектом розвитку самого фінансового ринку та потребує подальшого вивчення.

Ключові слова: фінансовий ринок, інфраструктура фінансового ринку, моделі фінансового ринку, Національна комісія з цінних паперів і фондового ринку, банківська система, інститути спільного інвестування, фінансові посередники.

ВСТУП

Постановка проблеми. Обраний Україною європейський вектор розвитку вимагає перегляду сформованої за час незалежності фінансово-економічної надбудови з метою її трансформації до вимог європейського суспільства. Не винятком є і

фінансовий ринок з його розгалуженою інфраструктурою.

Фінансовий ринок є сукупністю злагоджених, взаємодоповнюючих і регульованих процесів та механізмів створення, накопичення, перетворення і руху грошових потоків між усіма суб'єктами економічного простору світу, а також визначає їх

властивості щодо трансформації економічних процесів в умовах глобалізації.

Зміна вектору економічного розвитку та наявні ускладнення ринкових відносин у сучасному світі викликали об'єктивне зростання ролі інфраструктурної складової у поведінці та результатах діяльності національних і світових суб'єктів ринку. Інфраструктура стала значимим феноменом сучасного ринкового господарства.

Відносно фінансового ринку України, який фактично і надалі перебуває на початкових етапах розвитку системи фінансових інструментів, особливо похідних та гібридних, то його інфраструктурне забезпечення особливо потребує розвитку та удосконалення.

Ефективність розвитку інфраструктурного забезпечення фінансового ринку розширить можливості інвестиційного та проектного фінансування, убезпечить фінансові потоки суб'єктів підприємництва від низько ефективних класичних операцій, переорієнтує інвесторів до європейського механізму фінансування через фінансові холдинги як прояв глобальних фінансових мереж з ефектом синергізму.

На жаль, в науковій та регуляторній діяльності поки не досягнуто єдності щодо визначення змістовних принципів та ознак, місця та значення інфраструктури у зміцненні як фінансового ринку та його окремих сегментів.

Разом з тим, саме статус інфраструктури особливою мірою визначає здатність фінансового ринку формувати капітал та вирішувати сучасні завдання держави. Проте значна увага приділяється переважно проблемам ефективності застосування інфраструктурного інструментарію у сфері фінансового ринку, залишаючи за межами уваги можливість впливу фінансового ринку на економіку засобами такого інструментарію, на досягнення основоположних цілей соціально-економічної системи. Оптимізація стратегії та тактики управління інфраструктурним потенціалом є необхідною передумовою макрофінансового регулювання та відповідає соціально-економічним пріоритетам розвитку країни, курс розвитку якої орієнтовано на Євросоюз.

Ці чинники обумовлюють необхідність актуалізації найбільш поширених концепцій формування та цільової спрямованості інфраструктури фінансового ринку для підвищення її ефективності та прийняття раціональних управлінських рішень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження інфраструктурного забезпечення розвитку фінансового ринку перебуває в центрі уваги досліджень провідних вітчизняних і зарубіжних науковців. Серед них П. Беленький, О. Васильєв, У. Грудзевич, О. Іваницька, О. Іншаков, Р. Йохимсон, Д. Кларк, Ю. Коваленко, В. Корнєєв, А. Маршалл, В. Михальський, Д. Рей, Є. Симоніс, М. Скринько, В. Соболев, С. Сонько, Ж. Штолер, Ф. Федько та багато інших.

Мета статті (постановка проблеми). Мета статті – обґрунтувати теоретичні та прикладні аспекти

функціонування і розвитку інфраструктури фінансового ринку України.

Для досягнення поставленої мети важливо здійснити, насамперед, аналіз існуючих уявлень та їх еволюцію щодо сутності і змісту поняття «інфраструктура» з тим, щоб сформулювати теоретичну основу верифікації елементів інфраструктури фінансового ринку і виявити роль останньої у вирішенні проблем функціонування та розвитку цього ринку.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕНЬ

Функціональним системоутворюючим елементом фінансової системи країни є фінансова інфраструктура, як підсистема ринкової інфраструктури.

Щодо поняття «інфраструктура фінансового ринку», то на сьогоднішній день, як у вітчизняній, так і у світовій економічній науці, на жаль, не існує єдиної точки зору стосовно сутності, змісту та ролі даної категорії.

При цьому, правомірно наголошується на об'єктивному характері виникнення інфраструктури як специфічного породження певної соціально-економічної системи та певного рівня розвитку господарства, а її завданням визначено компенсацію витрат роз'єднання виробництва, зв'язок між собою результатів процесу розподілу праці і структуроутворення [7].

В цілому, інфраструктура – це сукупність елементів, що забезпечують безперебійне функціонування об'єктів і суб'єктів певної відносно самостійної автономної системи і оптимізують їх взаємодію.

Ринкова інфраструктура – це відповідні інституції, що обслуговують різноманітні види ринків, створюють сприятливі умови для їхнього ефективного функціонування. Це біржі, банки, фінансово-кредитні посередники, комерційні фонди, страхові агенції, служби зайнятості, торговельні та інші організації, кожна з яких діє у своїй сфері [8].

Щодо інфраструктури фінансового ринку, то саме вона є дзеркалом відображення розвитку фінансового ринку країни. Елементи фінансової інфраструктури розкривають сутність функціонування фінансового ринку та невід'ємно пов'язані з ним. Дана залежність є цілісною, взаємодоповнюючою та взаємозамінною.

Як зазначає Н. Балдич [1], інфраструктура фінансового ринку є багатосторонньою системою, що включає операторів, які здійснюють реєстрацію, кліринг або виконання платежів, операції з цінними паперами, деривативами або інші фінансові транзакції. Інфраструктура фінансових ринків встановлює набір спільних правил і процедур для всіх учасників, технічне забезпечення і спеціальні практики менеджменту ризиків.

Орієнтація на модель фінансового ринку визначає вибір поведінкової моделі учасників фінансового ринку. Український вектор розвитку фінансового ринку характеризується

банкоцентричністю, що і визначає розгалуженість, універсальність та численність банківських інститутів.

Американська модель фінансового ринку передбачає, що фінансові потоки між економічними агентами перерозподіляються через механізм фондового ринку, який досить жорстко регулюється державою [5].

Враховуючи банкоцентричність фінансового ринку України, найбільша частка у сукупності фінансових посередників, в тому числі і тих, що є учасниками фондового ринку, припадає на банківські установи. Саме банківські установи – і учасники, і посередники, і емітенти фондового ринку. Отже, банки, зацікавлені у функціонуванні ефективного фінансового ринку. Станом на 01.01.2018 р. кількість зареєстрованих банків в Україні 82, з них – 5 державних [2].

Суб'єктивним є також законодавчий елемент, який відповідає частині господарського законодавства та регламентує діяльність інституцій ринкової інфраструктури, а також поведінку суб'єктів ринкових відносин.

Банк міжнародних розрахунків та Міжнародна організація комісій з цінних паперів розробили у квітні 2012 року «Принципи для інфраструктур фінансового ринку» (Принципи ІФР).

Згідно з цим документом інфраструктура фінансового ринку є багатосторонніми системами, утвореними установами-учасниками, у тому числі й оператором системи, які забезпечують централізований облік, кліринг і розрахунки за платежем, цінними паперами та деривативами. Вони можуть суттєво посилювати відповідні ринки, підвищувати ефективність, знижувати витрати й ризики учасників, сприяти прозорості певних ринків і тому є критично важливими для фінансової стабільності [3].

Як правило, інфраструктура фінансового ринку встановлює єдиний для всіх учасників і технічної інфраструктури набір правил і процедур, який включає систему управління ризиком.

У Принципах ІФР виділено п'ять основних складових інфраструктури фінансового ринку [3]:

- системно важливі платіжні системи;
- центральні депозитарії;
- системи розрахунків за цінними паперами;
- центральні контрагенти;
- торгові репозитарії.

Наведені у Принципах ІФР визначення інфраструктури фінансового ринку призначені для сприйняття представниками різних юрисдикцій, тому мають описовий характер.

В сучасних умовах фінансовий ринок має системний характер і є сукупністю економічних відносин, що виникають між його учасниками з приводу обігу фінансових ресурсів та є специфічним способом організації і взаємодії елементів системи фінансового ринку – емітентів, інвесторів фінансових посередників та посередників що функціонують у межах інфраструктури [8].

Як інфраструктуру, ряд учених розглядають

також організаційно пов'язані системи для обслуговування потоків ресурсів, інформації та послуг фінансового характеру.

В Україні фінансові та інші установи, що діють в межах інфраструктури фінансового ринку, займаються професійною діяльністю, що визначена та регулюється законодавством України.

Професійна діяльність інфраструктурних фінансових посередників включає:

- діяльність з торгівлі цінними паперами, включаючи брокерську, дилерську діяльність, андеррайтинг, діяльність з управління цінними паперами, яка проводиться торговцями цінних паперів (товариства, для яких операції з цінними паперами є виключним видом діяльності, а також, банками);
- діяльність з управління активами інституційних інвесторів, яка проводиться торговцями цінних паперів, що можуть діяти від свого імені та або за дорученням третіх осіб;
- депозитарну діяльність – надання послуг зберігання цінних паперів, відкриття та ведення рахунків у цінних паперах, обслуговування операції по ним. Депозитарну діяльність здійснюють в Україні реєстратори, зберігачі, депозитарії, банки, торговці цінними паперами та емітенти;
- діяльність з організації торгівлі на фондовому ринку.

На сучасному етапі розвитку інфраструктура фінансового ринку характеризується мало організованою системною єдністю між складовими елементами. Організатори торгівлі цінними паперами здійснюють діяльність автономно за власними правилами із застосуванням автономних інформаційних систем.

Сегментна структура професійних інфраструктурних фінансових посередників протягом 2017 року характеризується незначним від'ємними змінами. Зокрема, набули статусу фінансової установи та включені до Державного реєстру фінансових установ 145 суб'єктів господарської діяльності, водночас виключено з Державного реєстру фінансових установ 277 фінансових установ. Станом на 31.12.2017 року в Державному реєстрі фінансових установ налічувалося 1993 фінансові установи (табл. 1).

Станом на 01.09.2018 р. в Україні діють 2 інститути спільного інвестування, 5 саморегулювних організацій, основними послугами яких є діяльність з управління активами інституційних інвесторів, депозитарна діяльність, діяльність з торгівлі цінними паперами (табл. 2).

Універсальність фінансових посередників є позитивною тенденцією розвитку фінансового ринку України. Проте важливим є також створення єдиного інформаційного простору для перехресного інформування всіх учасників фінансових операцій. Наявні інформаційні сайти, веб сторінки та інші технологічні розробки окремих фінансових посередників не знижують власний ризик для інвесторів.

Україна і надалі залишається країною з найменш розвиненими, кількісно і якісно, складовими елементами інфраструктури фінансового ринку.

Вітчизняна інфраструктура є незрілою, несформованою, причому це стосується кожного елемента, який формує її зміст [8]. Проте обраний шлях євроінтеграційних перетворень зрушує та змінює орієнтири розвитку всіх елементів фінансового ринку.

Так, представлена у квітні 2018 р. Комітетом НКЦПФР з питань стратегії розвитку та економічного аналізу фондового ринку Концепція законодавчих змін

щодо функціонування інфраструктури ринків капіталу в Україні, яка розроблена за підтримки ЄБРР робочою групою у складі фахівців НКЦПФР, НБУ, Національного депозитарію України, Розрахункового центру з обслуговування договорів на фінансових ринках, юридичної фірми Sayenko Kharenko, враховує рекомендації міжнародної консалтингової фірми Oliver Wyman.

Таблиця 1

Кількість фінансових установ у Державному реєстрі України фінансових установ, 2016-2017 рр., од. [6]

Фінансові установи	Станом на 31.12.2016 р.	Протягом 2017 року		Станом на 31.12.2017 р.	Відхилення 2017/2016, (+/-)
		Внесено	Виключено		
Страхові компанії, всього	310	4	20	294	-16
у тому числі: з ризикових видів страхування	271	4	14	261	-10
зі страхування життя	39	0	6	33	-6
Кредитні спілки	462	1	85	378	-84
Фінансові компанії*	809	126	117	818	+9
Ломбарди	456	14	55	415	-41
Адміністратори НПФ	22	0	0	22	0
Недержавні пенсійні фонди	64	0	0	64	0
Довірчі товариства	2	0	0	2	0
РАЗОМ	2125	145	277	1993	-132

* з урахуванням: кредитних установ та юридичних осіб публічного права, яким у зв'язку із набранням чинності Законом України «Про внесення змін до деяких законів України щодо відшкодування фізичним особам через систему гарантування вкладів фізичних осіб шкоди, завданої зловживаннями у сфері банківських та інших фінансових послуг» змінено тип фінансової установи на «фінансова компанія».

Експерти Oliver Wyman в своїй доповіді зазначали: «Стан розвитку елементів інфраструктури ринків капіталу в Україні характеризується високим рівнем фрагментації. Станом на дату складання доповіді в Україні діяло 8 фондових бірж, значна кількість брокерів, дилерів, депозитарних установ та інших професійних учасників ринку цінних паперів. Клірингову діяльність здійснював Розрахунковий

центр (єдина компанія, що має ліцензію на провадження клірингової діяльності в Україні) та фондові біржі (стосовно деривативів, що укладаються на відповідній біржі, без додаткового ліцензування), а також НБУ. Діяльність центрального депозитарію щодо цінних паперів, фактично, здійснювали дві установи – НДУ та НБУ» [4].

Таблиця 2

Професійні учасники фінансового ринку в Україні станом на 01.09.2018 р. [4]

Професійна діяльність на ринку цінних паперів	Об'єднання професійних учасників фінансового ринку					
	Українська асоціація Інвестиційного Бізнесу (ОПУ)	Професійна асоціація реєстраторів і депозитаріїв (ОПУ)	Асоціація «Українські фондові торговці» (ОПУ)	Професійна асоціація реєстраторів і депозитаріїв (СРО)	Українська асоціація Інвестиційного Бізнесу (СРО)	Асоціація «Українські фондові торговці» (СРО)
Діяльність з управління активами інституційних інвесторів	+				+	
Депозитарна діяльність		+	+	+		+
Діяльність з торгівлі цінними паперами		+	+	+		+

Дана Концепція включає пропозиції щодо модернізації інфраструктури ринків капіталу, її ефективності, приведення у відповідність до міжнародних стандартів і практики.

Особливо це стосується таких елементів, як

клірингу та депозитарно-розрахункових операцій.

Зокрема, пропонуються такі зміни законодавства щодо клірингової діяльності та депозитарно-розрахункових операцій [4]:

– консолідація виконання функцій центрального

депозитарію Національним депозитарієм України;

- клірингова діяльність центрального контрагента має здійснюватися кліринговими установами, які отримали ліцензію регулятора, скасовується законодавча монополія Розрахункового центру на проведення грошових розрахунків за правочинами щодо цінних паперів;

- вимоги до діяльності центрального контрагента і центрального депозитарію встановлюються відповідно до директив EMIR і CSDR, але згідно зі станом розвитку українського ринку;

- повинен бути забезпечений справедливий і відкритий доступ центральних контрагентів до бірж та бірж до центральних контрагентів (за умови дотримання відповідних операційних та технічних вимог);

- модель клірингу залежатиме від ліквідності фінансового інструмента;

- запроваджується вимога відокремлення (сегрегації) активів, яке належить різним учасникам клірингу або ж різним депозитарним установам, а також активів депозитарних і клірингових установ від активів їх клієнтів;

- клієнт має право обирати між індивідуальною (individual client segregation) та узагальненою сегрегацією (omnibus client segregation);

- побудова системи грошових розрахунків має включати допуск центрального контрагента до Системи електронних платежів НБУ;

- підвищується рівень вимог до корпоративного управління центрального контрагента і центрального депозитарію незалежно від їх організаційно-правової форми.

Дана Концепція визначає завдання та напрями реформування інфраструктури фінансового ринку, визначає конкретні технічні кроки, зокрема щодо консолідації депозитарного обліку і реформуванню Розрахункового центру, який втратить згодом свій статус монополіста і стане повноцінною кліринговою установою, яка на рівних конкуруватиме з іншими учасниками ринку.

Прогнози змін очікує і Депозитарна система. Ці зміни стосуються удосконалення законодавчої бази, а саме законів «Про депозитарну систему України», «Про державне регулювання ринку цінних паперів в Україні», та інших, а також корегування норм законопроекту «Про ринки капіталу».

Реформа інфраструктури ринків капіталу передбачає імплементацію ряду важливих актів ЄС.

Важливим питанням для розвитку інфраструктури фінансового ринку в Україні є прийняті рівні можливості для будь-яких посередницьких господарських одиниць на фінансовому ринку. НКЦПФР обравши євровектор змін на фінансовому ринку здійснює оптимізацію такого середовища.

Одним із нових заходів НКЦПФР є запровадження нових механізмів та підходів до контролю торгівлі фінансовими інструментами за межами країни врегулювання. Відповідно до

прийнятих опублікованих змін до «Правил (умов) здійснення діяльності з торгівлі цінними паперами: брокерської діяльності, дилерської діяльності, андеррайтингу, управління цінними паперами» НКЦПФР внесені ряд нововведень пов'язаних з торгівлею фінансовими інструментами за межами України як в інтересах клієнтів, так і у власних інтересах українського торговця цінними паперами.

Такі зміни до правил торгівлі цінними паперами визначає поняття «іноземна інвестиційна фірма», а саме, – це іноземна фінансова установа, що зареєстрована в державі, яка членом Європейського Союзу та (або) членом Групи з розробки фінансових заходів боротьби з відмиванням грошей (FATE) або Комітету експертів Ради Європи з питань взаємної оцінки заходів боротьби з відмиванням коштів та фінансування тероризму. Така іноземна інвестиційна фірма вважатиметься контрагентом українського торговця цінними паперами. При цьому, записи про проведені операції за межами України вноситимуться до внутрішнього обліку на підставі звітів іноземної інвестиційної фірми та іноземних фондових бірж.

Запропоновано також ввести зміни до поняття «підозрілий договір» з метою його уточнення та доповнення переліку послуг та операцій торговця цінними паперами операціями РЕПО.

Важливими є спрощення процедур торгівлі фінансовими інструментами, зокрема це стосується питання максимального спрощення реквізитів ідентифікації цінних паперів.

Суттєвим кроком стане введення обов'язкової звітності щодо операцій з іноземними фінансовими інструментами поза межами України.

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Провівши дослідження, можна розглядати «інфраструктуру фінансового ринку» як підсистему ринкової інфраструктури, багатосторонню систему інституцій, діяльність яких спрямована на встановлення спільних правил і процедур для всіх учасників ринку, технічне забезпечення і спеціальні практики менеджменту ризиків.

Пропонується створити єдину консолідовану модель інфраструктури фінансового ринку, яка здатна буде задовольнити потреби її учасників та знизити ризиковість фінансових операцій.

Сучасна інфраструктура України є малорозвинутою з наявними обмеженими можливостями та характеризується стандартними видами послуг без використання їх модернізації та моделювання, що пов'язано, на нашу думку, з низькою капіталізацією ринку, незначною участю приватного капіталу на корпоративному фінансовому ринку, лівова частка якого належить обслуговуванню ОВДП. Можливість використання різних гібридних похідних цінних паперів в Україні вкрай обмежена та не врегульовано.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балдич, Н. Інформаційна інфраструктура в системі регулювання фінансових ринків [Електронний ресурс] / Н. Балдич // Вісник Національної академії державного управління при президентові України. – Режим доступу: <http://visnyk.academy.gov.ua/wp-content/uploads/2013/11/2011-4-21.pdf>.
2. Огляд банківського сектор за жовтень 2018 р. / Офіційний сайт Національного банку України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=80>.
3. Махаєва, О. Основні інфраструктури сучасного фінансового ринку та міжнародні стандарти їх оверсайта [Електронний ресурс] / О. Махаєва // Вісник НБУ. – Режим доступу: [file:///C:/Users/User/Downloads/Vnbu_2013_7_4%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Vnbu_2013_7_4%20(1).pdf).
4. Офіційний сайт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.nssmc.gov.ua/2018/04/18/v-nktsprf-predstavili-kontseptsyu-zakonodavtchih-zmn-shtodo-funktsionuvannya-nfrastrukturi-rinkv-kaptalu-ofitsijnyv-ukran/>
5. Питання функціонування та вдосконалення інфраструктури фондового ринку України: інформаційно-аналітичні матеріали / за ред. О. І. Кіреєва, М. М. Шаповалової та М. І. Гребеник. – К.: Центр наукових досліджень НБУ, 2005. – 132 с.
6. Публічний звіт про діяльність національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері фінансових послуг за 2017 рік. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.nfp.gov.ua/files/ZVIT2017/ZBIT_2017.pdf.
7. Федько, В. П. Інфраструктура товарного ринку / В. П. Федько, Н. Г. Федько. – Ростов н/Д: Фенікс, 2000 – 511 с.
8. Фінанси (теоретичні основи): підручник / М. В. Грідчина, В. Б. Захожай, Л. Л. Осіпчук та ін.; під кервом і за наук. ред. М. В. Грідчиної, В. Б. Захожая. – 2-ге вид., випр. і допов. – К.: МАУП, 2004. – 312 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fingal.com.ua/content/view/1113/54/1/1/>
9. Школьник, І. О. Фінансовий ринок України: сучасний стан і перспективи розвитку: монографія / І. О. Школьник. – Суми, Вид-во «Мрія-1» ЛТД, УАБС НБУ, 2008. – 348 с.

REFERENCES

1. Baldych, N. (2011). Informacijna infrastruktura v systemi reguljuvannja finansovyh rynkiv [Information Infrastructure in the Financial Markets Regulation System]. Visnyk Nacional'noi' akademii' derzhavnogo upravlinnja pry prezidentovi Ukraïny – Bulletin of the National Academy of Public Administration under the President of Ukraine. Retrieved from: <http://visnyk.academy.gov.ua/wp-content/uploads/2013/11/2011-4-21.pdf> [in Ukrainian].
2. Ogljad bankivs'kogo sektor za zhovten' 2018 r. Oficijnyj saj Nacional'nogo banku Ukraïny – National Bank of Ukraine. Retrieved from: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=80> [in Ukrainian].
3. Mahajeva, O. Osnovni infrastruktury suchasnogo finansovogo rynku ta mizhnarodni standarty i'h oversajta. Visnyk NBU – Visnyk of the National Bank of Ukraine. Retrieved from: [file:///C:/Users/User/Downloads/Vnbu_2013_7_4%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Vnbu_2013_7_4%20(1).pdf) [in Ukrainian].
4. Oficijnyj saj Nacional'noi' komisii' z cinnyh paperiv ta fondovogo rynku – National Securities And Stock Market Commission. Retrieved from: <https://www.nssmc.gov.ua/2018/04/18/v-nktsprf-predstavili-kontseptsyu-zakonodavtchih-zmn-shtodo-funktsionuvannya-nfrastrukturi-rinkv-kaptalu-ofitsijnyv-ukran/> [in Ukrainian].
5. Kirjejev, O. I., Shapovalova, M. M., Grebenyk, M. I. (2005) (Eds). Pytannja funkcionuvannja ta vdoskonalennja infrastruktury fondovogo rynku Ukraïny. Kyi'v, Centr naukovykh doslidzen' NBU [in Ukrainian].
6. Publichnyj zvit pro dijal'nist' nacional'noi' komisii', shho zdijnsnuje derzhavne reguljuvannja u sferi finansovyh poslug za 2017 rik. Retrieved from: https://www.nfp.gov.ua/files/ZVIT2017/ZVIT_2017.pdf [in Ukrainian].
7. Fed'ko, V. P., Fed'ko, N. G. (2000). Ynfrastruktura tovarного rinka [The commodity market infrastructure]. Rostov na Donu, Feniks, 2000 [in Russian].
8. Gridchina, M. V., Zahozhaj, V. B. (2004). (Eds). Finansy [Finances]. Retrieved from: <http://fingal.com.ua/content/view/1113/54/1/1/> [in Ukrainian].
9. Shkol'nyk, I. O. (2008). Finansovyj rynek Ukraïny: suchasnyj stan i perspektyvy rozvytku [The financial market of Ukraine: the current state and prospects of development]. Sumy, Vyd-vo «Mrija-1» LTD, UABS NBU [in Ukrainian].

Михальчинець Галина Томівна. ІНФРАСТРУКТУРА ФІНАНСОВОГО РЫНКА УКРАЇНИ: ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТТЯ

Ефективність розвитку інфраструктурного забезпечення ринку забезпечує можливість розширення механізмів фінансування, захищає фінансові потоки суб'єктів підприємництва від низько ефективних операцій, переорієнтує інвесторів до європейського механізму фінансування через фінансові холдинги. На жаль, в науковій і регуляторній діяльності поки не досягнуто єдності по визначенню суттєвих принципів і ознак, місця і значення інфраструктури фінансового ринку. Мета статті – обґрунтувати теоретичні і прикладні аспекти функціонування і розвитку інфраструктури фінансового ринку України. Застосовані методи дослідження: при обґрунтуванні

категориального апарата – метод научных абстракций; при определении закономерностей развития базовых сегментов инфраструктуры финансового рынка – методы анализа и синтеза, индукции и дедукции; при обосновании роли финансовых посредников в формировании современной модели отечественного финансового рынка – методы сравнения, згруппувань, виборок; для обоснования стратегии развития инфраструктуры финансового рынка страны – методы научной абстракции. Практическое значение полученных результатов заключается в обосновании теоретических выводов и разработаны практических рекомендаций, которые могут быть использованы в процессе разработки государственных программных документов, определяющих стратегию развития инфраструктуры финансового рынка страны в целом и отдельных его сегментов, а также в деятельности посредников финансового рынка. Научная новизна: получили дальнейшее развитие трактовки категории «инфраструктура финансового рынка», под которым предлагается определить подсистему рыночной инфраструктуры, многостороннюю систему институтов, деятельность которых направлена на установление общих правил и процедур для всех участников рынка, техническое обеспечение и специальные практики менеджмента рисков. Проведен выборочный анализ современного состава финансовых учреждений в Украине и их динамику. Усовершенствована научно-методические подходы к структуризации элементов инфраструктуры финансового рынка на основе их модернизации. Исследование составляющих и их структуризации, а также системных элементов инфраструктуры финансового рынка является важным аспектом развития самого рынка и требует дальнейшего изучения.

Ключевые слова: финансовый рынок, инфраструктура рынка, модели рынка, Национальная комиссия по ценным бумагам и фондовому рынку, банковская система, институты совместного инвестирования, финансовые посредники.

Mykhalchynets Halyna T. INFRASTRUCTURE OF THE FINANCIAL MARKET OF UKRAINE: MAJOR TRENDS OF DEVELOPMENT

The effectiveness of the development of the financial market infrastructure provides the possibility of expanding financing mechanisms, securing financial flows of entrepreneurs from low-performing operations, reorienting investors to the European financing mechanism through financial holdings. Unfortunately, unanimity in the scientific and regulatory activity has not been achieved in determining the content of the principles and features, the place and importance of the financial market infrastructure. The purpose of the article is to substantiate theoretical and applied aspects of the functioning and development of the infrastructure of the financial market of Ukraine. Applied research methods: when substantiating categorical apparatus – the method of scientific abstractions; in determining the patterns of development of the basic segments of the financial market infrastructure – methods of analysis and synthesis, induction and deduction; when substantiating the role of financial intermediaries in the formation of a modern model of the domestic financial market - methods of comparison, groupings, samples; to substantiate the strategy of development of the infrastructure of the financial market of the country – methods of scientific abstraction have been used. The practical significance of the results obtained is to substantiate the theoretical conclusions and develop practical recommendations that can be used in the process of developing state program documents that will determine the strategy for the development of the financial market infrastructure of the country as a whole and its individual segments as well as the activities of financial market intermediaries. Scientific novelty: the further development of the interpretation of the category «financial market infrastructure», which proposes to define the subsystem of market infrastructure, the multilateral system of institutions, whose activities are aimed at establishing common rules and procedures for all market participants, technical support and special risk management practices. A sample analysis of the current composition of financial institutions in Ukraine and their dynamics has been conducted. The scientific and methodical approaches to structuring elements of the financial market infrastructure on the basis of their modernization have been improved. Investigating the components and their structuring, as well as the system elements of the financial market infrastructure, is an important aspect of the development of the financial market itself and needs further study.

Key words: financial market, financial market infrastructure, financial market model, National Securities and Stock Market Commission, banking system, joint investment institutions, financial intermediaries.

Одержано 10.11.2018 р.

Панченко Наталія Георгіївна,
к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки
та управління виробничим і комерційним бізнесом,
Український державний університет залізничного транспорту

ТЕОРЕТИЧНИЙ КОНЦЕПТ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ НА ПРИНЦИПАХ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Наразі відбувається зміна пріоритетів формування економічних відносин, що висуває нові вимоги до забезпечення якості продукції та послуг, зокрема у світлі актуалізації принципів соціальної відповідальності у світовому бізнес-просторі. Мета статті – дослідження теоретичних основ управління якістю транспортно-логістичних послуг на принципах соціальної відповідальності. Підкреслено, що серед стратегічних ініціатив розвитку залізничного транспорту першочерговим завданням є надання якісних та доступних транспортно-логістичних послуг з урахуванням принципів соціальної та екологічної відповідальності. Зазначено, нині якість послуг залізничного транспорту залишається на досить низькому рівні, що призводить до зниження лояльності клієнтів та переходу споживачів до користування послугами інших суб'єктів ринку транспортно-логістичних послуг. Це стало поштовхом до розуміння необхідності удосконалення підходу до управління якістю послуг залізничного транспорту на основі використання кращої практики впровадження концепції соціальної відповідальності, що дозволить покращити якісні параметри транспортно-логістичних послуг та досягти низки інших конкурентних переваг. Розглянуто існуючі підходи до трактування сутності поняття управління якістю продукції та послуг. На основі вивчення теоретичних напрацювань у сфері менеджменту якості розкрито особливості управління якістю транспортно-логістичних послуг на принципах соціальної відповідальності. Сформовано теоретичний концепт управління якістю послуг залізничного транспорту, що передбачає імплементацію концепції соціальної відповідальності в діяльність залізничного транспорту за рахунок використання дієвих інструментів управління якістю. Зазначено, що практичне використання отриманих результатів дозволить забезпечити підвищення якості послуг залізничного транспорту, сформувати позитивний імідж залізничної компанії та покращити лояльність клієнтів, забезпечити максимальне задоволення попиту на послуги залізничного транспорту, сприяти зміцненню неформальних зв'язків та довіри між бізнес-партнерами. Подальші дослідження будуть спрямовані на формування рекомендацій щодо розробки та впровадження системи управління якістю послуг залізничного транспорту на принципах соціальної відповідальності.

Ключові слова: залізничний транспорт, управління якістю, соціальна відповідальність, загрози мікрорівня та макрорівня, теоретичний концепт управління якістю послуг залізничного транспорту.

ВСТУП

Постановка проблеми. Світові процеси та необхідність адаптації до сучасних правил ведення бізнесу спонукають вітчизняні підприємства до корінного перегляду підходів до управління з метою врахування не тільки економічних аспектів функціонування бізнес-суб'єктів, але й особливостей соціально-етичного та екологічного характеру.

Відтак у стратегії розвитку залізничного транспорту чітко визначено першочерговість забезпечення стійкого розвитку України за рахунок надання якісних і доступних транспортних і логістичних послуг на основі принципів соціальної та екологічної відповідальності [1]. Тобто, стратегічне бачення розвитку залізничного транспорту окреслює важливість формування ефективної моделі управління залізничної компанії як соціально-відповідального бізнес-суб'єкту, що націлена на лідерство на транспортно-логістичному ринку саме за рахунок надання якісних транспортно-логістичних послуг.

Однак, наразі якість послуг залізничного транспорту залишається на неприпустимо низькому рівні як у сфері вантажних, так і пасажирських перевезень. У зв'язку з цим потребують детального

вивчення особливості управління якістю на залізничному транспорті з метою визначення ключових загроз та формування інструментарію покращення якісних параметрів надання транспортно-логістичних послуг у залізничній галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика управління якістю продукції та послуг, зокрема у сфері залізничного транспорту, висвітлюється багатьма вітчизняними та зарубіжними вченими, серед яких: Вознюк Т. К., Дикань В. Л., Дикань О. В., Компанієць В. В., Корінь М. В., Маховка В. М., Овчиннікова В. О., Токмакова І. В., Федорко І. П. та ін. [2-11].

Мета статті (постановка завдання). Мета статті – дослідження теоретичних основ управління якістю транспортно-логістичних послуг на принципах соціальної відповідальності.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Сьогодні бізнес-суб'єкти, незалежно від галузевої специфіки та масштабів діяльності, у якості одного з першочергових завдань, що потребують нагального вирішення, визначають необхідність розробки та практичного впровадження системи

управління якістю продукції з урахуванням міжнародних стандартів у цій сфері та використанням практики розвинених країн до забезпечення високого рівня якості продукції.

В умовах зміни пріоритетів економічних відносин формуються нові вимоги до забезпечення якості продукції та послуг, зокрема в світлі актуалізації принципів соціальної відповідальності в бізнес-просторі. Поряд із економічними чинниками все більшу роль у забезпеченні конкурентоздатності українських компаній у глобальному бізнес-середовищі, зростанні їх продуктивності та прибутковості починають відігравати саме соціально-відповідальні функції, такі як: збереження оточуючого середовища, розробка та реалізація програм розвитку навчальних закладів, медичних установ, дитячих садків, оздоровниць та інших закладів соціальної інфраструктури, формування систем соціального, освітнього та психологічного забезпечення працівників, впровадження принципів етичної поведінки у відносинах з інвесторами, постачальниками, споживачами, іншими стейкхолдерами. Подібна трансформація суспільних цінностей і пріоритетів вимагає внесення змін до діючої практики корпоративного управління, забезпечення інтеграції принципів, методів та інструментів соціальної відповідальності в їх діяльність [12].

Найвідомішою міжнародною ініціативою в галузі соціальної відповідальності є Глобальний договір ООН, який об'єднав провідні соціально-відповідальні корпорації світу на основі десяти принципів відповідального ведення бізнесу. Керівники корпорацій, що беруть участь у Глобальному договорі, вважають, що підприємства повинні підтримувати права людини, свободу об'єднань і визнання на ділі права на укладення колективних договорів, виступати за ліквідацію будь-якої дискримінації у сфері праці та зайнятості, відповідати за стан навколишнього середовища та сприяти екології, протидіяти всім формам корупції [13].

Західні компанії, у тому числі підприємства залізничного транспорту, розуміють важливість забезпечення соціально-відповідальної діяльності. Що стосується українських залізниць, то в минулому залізничний транспорт проводив активну соціальну політику по відношенню до працівників та клієнтів. Зараз соціальна складова для підприємств залізниць є далеко не на першому місці, і це знижує мотивацію та якість праці, негативно впливає на якість послуг залізничного транспорту. Але цей факт усвідомлюється через відчуття складних реалій життя працівниками залізничного транспорту, а не через аналітичні докази, оскільки публікацій, які б були присвячені дослідженню зміни стану соціальної відповідальності під впливом реформ (як в економіці у цілому, так і на транспорті), майже немає [6].

Колектив авторів [4] зазначають, що соціальна результативність функціонування залізничного транспорту знаходить відображення у таких спрямуваннях як взаємодія з персоналом та суспільством, дотримання прав людини, попередження

корупції, участь у формуванні державної політики, відповідність вимогам законодавства та міжнародних стандартів, відповідальність за продукцію та послуги. Зокрема останній із напрямів передбачає забезпечення здоров'я та безпеки пасажирів на вокзалах і потягах, збереження вантажів і безпеки перевезень; інформування споживачів продукції і послуг стосовно існуючих правил користування залізничним транспортом; рекламна діяльність щодо просування продукції і послуг; організація попереднього продажу квитків; дотримання вимог відносно відповідальності за організацію перевезень пасажирів і вантажів.

Вимоги щодо відповідальності підприємства за продукцію та послуги перед споживачами, насамперед, відображаються при розробці системи управління якістю продукції, яка формується спеціалізованим підрозділом підприємства чи розробляється на замовлення сторонніми організаціями. На залізничному транспорті донедавна таким підрозділом була Інспекція з якості продукції та послуг, що в 2017 р. реорганізована в Департамент менеджменту якості продукції та послуг у складі ПАТ «Українська залізниця». Стратегічним завданням створеного департаменту є реорганізація системи контролю якості продукції та послуг шляхом створення корпоративної системи оцінки виробника, якості та безпеки продукції і послуг з урахуванням підходів до функціонування подібних систем в залізничних галузях країн колії 1520 та ЄС [14].

Вивчення особливостей управління якістю на підприємствах, зокрема залізничної галузі, доцільно розпочати з розуміння сутності економічної категорії управління якістю продукції та послуги. Сучасними вченими представлено досить різноманітний спектр підходів до трактування даного поняття. Так, Вознюк Т. К. розкриває сутність управління якістю продукції як скоординованої діяльності, на яку покладаються функції спрямування та контролю організації з питань якості властивостей продукції з метою отримання соціально-економічних ефектів суб'єктами, що мають відношення до виробництва, розподілу і споживання конкретного виду продукції. Складовими управління якістю продукції являється підтримка, покращення, планування та контроль якості. Найрезультативнішим підходом до управління якістю, на думку автора, є процесний підхід у поєднанні з інструментами якості [2].

Маховка В. М. та Вишовський В. М. пропонують розглядати систему управління якістю як своєрідний управлінський інструмент, за допомогою якого підприємства можуть поліпшувати свою діяльність та якість продукції. На думку авторів система управління якістю продукції на підприємстві повинна являти собою комплекс підсистем, які взаємопов'язані між собою і спрямовані на забезпечення відповідного вимогам рівня якості продукції [8].

Руденко М. В. [15] трактує систему управління якістю послуг як сукупність організаційних структур, методів, принципів, важелів та стимулів, спрямованих на установлення, підтримку, а в необхідних випадках – підвищення якості послуг. Автор зазначає, що

функціонування системи управління якістю послуг на залізничному транспорті забезпечується організаційною, нормативно-правовою, економічною та соціальною підсистемами, які здійснюють комплексне проведення заходів, спрямованих на забезпечення ефективності діяльності та задоволеності вимог пасажирів у перевезеннях.

Харчук О. та Герега Т. [16] розглядають систему управління якістю пасажирських перевезень як органічну єдність таких основних складових як: встановлення вимог, оцінка відповідності транспортних послуг потребам споживачів, трансформації при неузгодженості, посилення вимог до кінцевої продукції та культури обслуговування, рівень якої визначається як відношення кількості заяв, скарг і пропозицій до числа подяк. Автори зазначають, що в цілому для забезпечення якості перевезень необхідно дотримуватись критеріїв, які діють в тісній взаємодії і утворюють своєрідну систему: безпека отримання послуг; відповідність міжнародним стандартам і потребам споживачів; врахування сучасних техніко-економічних вимог; стабільність покращення споживчих характеристик; дотримання екологічних норм.

Якість транспортно-логістичних послуг є сукупністю найбільш істотних показників транспортної продукції, що обумовлюють ступінь її придатності до своєчасного та найбільш повного задоволення потреб вантажовідправників і пасажирів. Її головними характеристиками виступають рівень задоволення потреб у перевезеннях за обсягами, структурою та часом доставки вантажів і споживча вартість перевезень за показниками збереженості, регулярності, ритмічності, рівномірності, надійності та безпеки перевезень. При визначенні інтегральної оцінки якості перевезень до вище згаданих характеристик додаються витрати на виконання перевезень за показниками трудомісткості, енергомісткості та собівартості перевезень і продуктивності праці [11].

Грунтуючись на теоретичних здобутках науковців у сфері менеджменту якості продукції та послуг, доцільно виділити такі особливості управління якістю транспортно-логістичних послуг на принципах соціальної відповідальності:

- управління якістю є безперервним процесом контролю та коригування якості з метою поліпшення якісних параметрів транспортно-логістичних послуг;

- управління якістю транспортно-логістичних послуг залежить від ефективного функціонування не лише спеціалізованого підрозділу у сфері якості, але й злагодженої та продуктивної праці всього персоналу залізничної компанії, починаючи від керівництва й до працівників структурних підрозділів;

- управління якістю передбачає формування довірчих партнерських взаємовідносин з державними та місцевими органами влади, транспортно-логістичними підприємствами, постачальниками, суспільством та споживачами з урахуванням інтересів всіх зацікавлених осіб;

- управління якістю транспортно-

логістичних послуг є складною системою взаємопов'язаних елементів, що включає підсистеми нормативно-правового та методичного, організаційно-управлінського, ресурсного, кадрового, інформаційного та інфраструктурного забезпечення;

- управління якістю є ключовим елементом корпоративного управління, що забезпечує формування конкурентних переваг та отримання різноманітних соціально-економічних ефектів тощо.

Окрім вище зазначеного, варто наголосити, що у сьогочасних умовах функціонування залізничного транспорту виникає низка загроз, що значно ускладнюють процес управління якістю транспортно-логістичних послуг, серед яких загрози як мікро-, так і макrorівня. Зокрема, серед основних загроз макrorівня слід виділити такі як: недосконалість нормативно-правової бази у сфері управління якістю продукції та послуг з урахуванням принципів соціальної відповідальності; відсутність чітких пріоритетів щодо розвитку національної економіки; випереджаючий розвиток суб'єктів міжнародної транспортно-логістичної системи; загострення конкуренції як на національному, так і міжнародному рівнях; політична та соціально-економічна нестабільність в країні; низький рівень інтелектуально-інноваційного розвитку; критично низький рівень фінансування науково-дослідних робіт у сфері управління якістю продукції та послуг; відсутність державної підтримки залізничної галузі стосовно реалізації інноваційних проектів, зокрема у сфері управління якістю транспортно-логістичних послуг; відсутність повноцінної компенсації державою пільгових пасажирських перевезень; підвищення рівня конкурентного потенціалу інших видів транспорту; низький рівень поінформованості бізнес-суб'єктів стосовно практики впровадження принципів соціальної відповідальності тощо.

Ключовими загрозами мікрорівня, що негативно впливають на процес управління якістю транспортно-логістичних послуг, є: обмеженість фінансово-інвестиційних ресурсів; критичний стан зносу рухомого складу та залізничної інфраструктури і високий рівень їх техніко-технологічного обслуговування; недосконалість системи матеріально-технічного забезпечення залізничного транспорту; низький інвестиційний та кредитний рейтинг залізничної компанії; внутрішнє протистояння процесам реалізації реформаційних змін у залізничній компанії; обмеженість споживчого ринку послуг залізничного транспорту; низький рівень використання транзитних можливостей залізничного транспорту; обмежена пропускна здатність залізничних ліній; низький рівень транспортно-логістичного сервісу тощо.

Приймаючи до уваги визначені загрози управління якістю транспортно-логістичних послуг, вагомим значення набуває формування теоретичного концепту управління якістю послуг залізничного транспорту на принципах соціальної відповідальності як базової складової удосконалення корпоративного управління залізничною компанією (рис. 1).

Представлений теоретичний концепт управління

якістю послуг залізничного транспорту сформовано з метою імплементації концепції соціальної відповідальності в діяльність залізничного транспорту на основі використання наступних інструментів управління якістю: міжнародні та національні стандарти у сфері корпоративної соціальної відповідальності бізнес-суб'єктів; міжнародні та національні стандарти у сфері управління якістю послуг; інформаційно-консультативна інфраструктура з питань корпоративної соціальної відповідальності; стандартизація та сертифікація транспортно-логістичних послуг; єдиний веб-портал корпоративної соціальної відповідальності; підзвітність стосовно

корпоративної соціальної відповідальності, зокрема у сфері управління якістю послуг; рівноцінна відповідальність бізнес-партнерів; корпоративна культура, традиції, цінності та норми; корпоративні галузеві стандарти у сфері управління якістю послуг; концепція бережливого виробництва; логістична концепція «Just-In-Time»; концепція управління знаннями; системний моніторинг якості послуг; реінжиніринг бізнес-процесів; аутсорсинг бізнес-процесів; ресурсозбереження та ресурсоефективність; енергетичний менеджмент та енергетичний аудит; ризик-орієнтоване управління тощо.



Рис. 1. Теоретичний концепт управління якістю послуг залізничного транспорту на принципах соціальної відповідальності (авторська розробка)

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Сформовано теоретичний концепт управління якістю послуг залізничного транспорту, що передбачає

імплементацію концепції соціальної відповідальності в діяльність залізничного транспорту за рахунок використання дієвих інструментів управління якістю. Практичне використання представленого теоретичного концепту дозволить забезпечити не тільки підвищення

якості транспортно-логістичного обслуговування, але й надасть низку інших конкурентних переваг, зокрема формування позитивного іміджу та лояльності клієнтів, забезпечення максимального задоволення попиту на послуги залізничного транспорту, розширення доступу до нових ринків, мінімізація ринкових та корпоративних ризиків, зміцнення

неформальних зв'язків та довіри між бізнес-партнерами.

Подальші дослідження будуть спрямовані на формування рекомендацій щодо розробки та впровадження системи управління якістю послуг залізничного транспорту на принципах соціальної відповідальності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Проект Стратегії розвитку ПАТ «Укрзалізниця» на 2017-2021 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.uz.gov.ua/>.
2. Вознюк, Т. К. Управління якістю продукції на підприємствах легкої промисловості: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / Т.К. Вознюк // Хмельницький національний університет. – Хмельницький, 2015. – 21 с.
3. Дикань, В. Л. Соціально-економічна модернізація залізничного транспорту України / В. Л. Дикань, Л. Л. Калініченко // Розвиток методів управління та господарювання на транспорті. – 2012. – № 38. – С. 121-131.
4. Дикань, В. Л. Етичні основи бізнесу: навчальний посібник / В. Л. Дикань, В. В. Компанієць, О. М. Полякова. – Харків: УкрДАЗТ, 2012. – 316 с.
5. Дикань, О. В. Стратегічні орієнтири щодо удосконалення системи управління якістю на вітчизняних промислових підприємствах / О. В. Дикань // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2015. – № 52. – С. 163-171.
6. Компанієць, В. В. Соціальна відповідальність на залізничному транспорті України: щодо оцінки наслідків реформування та механізму забезпечення / В. В. Компанієць // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2016. – № 55. – С. 151-161.
7. Корінь, М. В. Теоретичні засади підвищення рівня технологічної безпеки залізничного транспорту / М. В. Корінь, М. В. Кривда // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2017. – № 59. – С. 68-75.
8. Маховка, В. М. Формування системи управління якістю продукції підприємства в сучасних умовах господарювання / В. М. Маховка, В. М. Вишовський // Економічний форум. – 2016. – № 2. – С. 189-193.
9. Овчиннікова, В. О. Стратегічне управління розвитком залізничного транспорту України: монографія / В. О. Овчиннікова. – Харків: УкрДУЗТ, 2017. – 427 с.
10. Токмакова, І. В. Розвиток соціально-господарської відповідальності підприємств залізничного транспорту / І. В. Токмакова // Стратегії економічного розвитку : держава, регіон, підприємство: колективна монографія / За заг. ред. К. С. Шапошникова та ін.: у 2 т. – Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2015. – Т. 1. – С. 334-347.
11. Федорко, І. П. Управління розвитком послуг підприємств залізничного транспорту України в умовах євроінтеграції: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / І. П. Федорко // Український державний університет залізничного транспорту. – Харків, 2015. – 220 с.
12. Петрашко, Л. Корпоративна соціальна відповідальність в українській бізнес-практиці [Електронний ресурс] / Л. Петрашко // Міжнародна економічна політика. – 2011. – № 14-15. – Режим доступу: http://iepjournals.com/journals/14-15/2011_6_Petrashko.pdf.
13. Карпенко, О. О. Соціальна відповідальність як чинник економічного розвитку вітчизняних підприємств [Електронний ресурс] / О. О. Карпенко, Н. К. Мандзюк // Ефективна економіка. – 2018. – № 4. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2018/7.pdf.
14. Департамент менеджменту якості продукції та послуг [Електронний ресурс] // Офіційний веб-сайт ПАТ «Українська залізниця». – Режим доступу: https://www.uz.gov.ua/about/general_information/main_departments/d_management/.
15. Руденко, М. В. Розвиток системи управління якістю послуг пасажирських перевезень підприємств залізничного транспорту [Електронний ресурс] / М. В. Руденко // Наука та прогрес транспорту. Вісник Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту. – 2016. – № 6 (66). – Режим доступу: <http://stp.diit.edu.ua/article/viewFile/90461/87044>.
16. Харчук, О. Роль якості перевезень у розвитку транспортного обслуговування / О. Харчук, Т. Герера // Збірник наукових праць ДЕТУТ. Серія «Економіка і управління». – 2016. – Вип. 35. – С. 60-67.

REFERENCES

1. Proekt Strategii' rozvytku PAT «Ukrzaliznycja» na 2017-2021 roky [Project of the Development Strategy of PJSC «Ukrzaliznytsia» for 2017-2021]. Retrieved from: <https://www.uz.gov.ua/> [in Ukrainian].
2. Voznjuk, T. K. (2015). Upravlinnja jakistju produkciï' na pidpryjemstvah legkoi' promyslovosti [Quality management in enterprises of light industry]. (PhD Thesis), Hmel'nyckyj [in Ukrainian].
3. Dykan', V. L., Kalinichenko L. L. (2012). Social'no-ekonomichna modernizacija zaliznychnogo transportu Ukrainy [Socio-economic modernization of the railway transport of Ukraine]. Rozvytok metodiv upravlinnja ta gospodarjuvannja na transporti, 38, 121-131 [in Ukrainian].

4. Dykan' V. L., Kompanijec' V. V., Poljakova O. M. (2012). Etychni osnovy biznesu [Ethical basis of business]. Harkiv, UkrDUZT [in Ukrainian].
5. Dykan', O. V. (2015). Strategichni orijentyry shhodo udoskonalennja systemy upravlinnja jakistju na vitchyznjanyh promyslovych pidpryjemstvah [Strategic benchmarks for improving the quality management system at domestic industrial enterprises]. Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti, 52, 163-171 [in Ukrainian].
6. Kompanijec', V. V. (2016). Social'na vidpovidal'nist' na zaliznychnomu transporti Ukrai'ny: shhodo ocinky naslidkiv reformuvannja ta mehanizmu zabezpechennja [Social Responsibility in Ukraine's Railway Transport: Assessing the Consequences of Reform and Security Mechanism]. Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti, 55, 151-161 [in Ukrainian].
7. Korin', M. V., Kryvda M. V. (2017). Teoretychni zasady pidvyshhennja rivnja tehnologichnoi' bezpeky zaliznychnogo transportu [Theoretical principles of raising the level of technological safety of rail transport]. Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti, 59, 68-75 [in Ukrainian].
8. Mahovka, V. M. Vyshovskij, V. M. (2016). Formuvannja systemy upravlinnja jakistju produkciï pidpryjemstva v suchasnyh umovah gospodarjuvannja [Formation of the quality management system of the enterprise in modern economic conditions], Ekonomichnyj forum, 2, 189-193 [in Ukrainian].
9. Ovchynnikova, V. O. (2017). Strategichne upravlinnja rozvytkom zaliznychnogo transportu Ukrai'ny [Strategic management of the development of railway transport of Ukraine], Harkiv, UkrDUZT [in Ukrainian].
10. Tokmakova, I. V. (2015). Rozvytok social'no-gospodars'koi' vidpovidal'nosti pidpryjemstv zaliznychnogo transportu [Development of social and economic responsibility of enterprises of railway transport], Strategii' ekonomichnogo rozvytku: derzhava, region, pidpryjemstvo: kolektyvna monografija, T. 1, 334-347 [in Ukrainian].
11. Fedorko, I. P. (2015). Upravlinnja rozvytkom poslug pidpryjemstv zaliznychnogo transportu Ukrai'ny v umovah jevointegracij' [Development of social and economic responsibility of enterprises of railway transport], (PhD Thesis), Harkiv, UkrDUZT [in Ukrainian].
12. Petrashko, L. (2011). Korporatyvna social'na vidpovidal'nist' v ukrai'ns'kij biznes-praktyci [Corporate Social Responsibility in Ukrainian Business Practice], Mizhnarodna ekonomichna polityka, 14-15. Retrieved from: http://iepjournals.com/journals/14-15/2011_6_Petrashko.pdf [in Ukrainian].
13. Karpenko, O.O., Mandzjuk, N.K. (2018). Social'na vidpovidal'nist' jak chynnyk ekonomichnogo rozvytku vitchyznjanyh pidpryjemstv [Social responsibility as a factor in the economic development of domestic enterprises], Efektyvna ekonomika, 4. Retrieved from: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2018/7.pdf [in Ukrainian].
14. Departament menedzhmentu jakosti produkciï ta poslug. Retrieved from: https://www.uz.gov.ua/about/general_information/main_departments/d_management/ [in Ukrainian].
15. Rudenko, M.V. (2016). Rozvytok systemy upravlinnja jakistju poslug pasazhyrs'kyh perevezen' pidpryjemstv zaliznychnogo transportu [Development of the quality management system of passenger transportation services of railway enterprises], Nauka ta progres transportu. Visnyk Dnipropetrovs'kogo nacional'nogo universytetu zaliznychnogo transportu, 6 (66). Retrieved from: <http://stp.diit.edu.ua/article/viewFile/90461/87044> [in Ukrainian].
16. Harchuk, O., Gerega T. (2016). Rol' jakosti perevezen' u rozvytku transportnogo obslugovuvannja [The role of quality of transportation in the development of transport services], Zbirnyk naukovykh prac' DETUT. Serija «Ekonomika i upravlinnja», 35, 60-67 [in Ukrainian].

Панченко Наталья Георгиевна. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ КОНЦЕПТ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА НА ПРИНЦИПАХ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

В статье установлено, что сейчас происходит смена приоритетов формирования экономических отношений, что выдвигает новые требования к обеспечению качества продукции и услуг, в том числе с учетом актуализации принципов социальной ответственности в мировом бизнес-пространстве. Цель статьи – исследование теоретических основ управления качеством транспортно-логистических услуг на принципах социальной ответственности. Подчеркнуто, что среди стратегических инициатив развития железнодорожного транспорта первоочередной задачей является предоставление качественных и доступных транспортно-логистических услуг с учетом принципов социальной и экологической ответственности. Отмечено, что в настоящее время качество услуг железнодорожного транспорта остается на достаточно низком уровне, что приводит к снижению лояльности клиентов и переходу потребителей к пользованию услугами других субъектов рынка транспортно-логистических услуг. Это определило необходимость совершенствования подхода к управлению качеством услуг железнодорожного транспорта на основании использования лучшей практики внедрения концепции социальной ответственности, что позволит улучшить качественные параметры транспортно-логистических услуг и достичь ряда других конкурентных преимуществ. Рассмотрены существующие подходы к трактовке сущности понятия управления качеством продукции и услуг. На основании изучения теоретических наработок в сфере менеджмента качества раскрыты особенности управления качеством транспортно-логистических услуг на принципах социальной ответственности. Сформирован теоретический концепт управления качеством услуг железнодорожного транспорта, который предусматривает имплементацию концепции социальной ответственности в деятельность железнодорожного транспорта за счет использования эффективных инструментов управления качеством. Отмечено, что практическое использование полученных результатов позволит обеспечить повышение качества услуг

железнодорожного транспорта, сформировать положительный имидж железнодорожной компании и улучшить лояльность клиентов, максимальное удовлетворение спроса на услуги железнодорожного транспорта, способствовать укреплению неформальных связей и доверия между бизнес-партнерами. Дальнейшие исследования будут направлены на формирование рекомендаций по разработке и внедрению системы управления качеством услуг железнодорожного транспорта на принципах социальной ответственности.

Ключевые слова: железнодорожный транспорт, управление качеством, социальная ответственность, угрозы микроуровня и макроуровня, теоретический концепт управления качеством услуг железнодорожного транспорта.

Panchenko Natalia G. THE THEORETICAL CONCEPT OF QUALITY MANAGEMENT OF RAILWAY TRANSPORT SERVICES ON THE PRINCIPLES OF SOCIAL RESPONSIBILITY

The article found that currently there is a change of priorities in the formation of economic relations, which puts forward new requirements to ensure the quality of products and services, in particular in the light of the actualization of the principles of social responsibility in the global business space. It is emphasized that among the strategic initiatives for the development of railway transport, the priority is to provide quality and affordable transport and logistics services, taking into account the principles of social and environmental responsibility. It is noted that now the quality of rail transport services remains at a fairly low level, which leads to a decrease in customer loyalty and the transition of consumers to other business entities of the transport and logistics services market. This has determined the need to improve the existing approach to the management of the quality of rail transport services through the use of best practices in the implementation of the principles of social responsibility, which will improve the quality parameters of transport and logistics services and achieve a number of other competitive advantages. The existing approaches to the interpretation of the concept of quality management of products and services are considered. Based on the study of theoretical developments in the field of quality management revealed features of quality management of transport and logistics services on the principles of social responsibility. The theoretical concept of quality management of railway transport services is formed, which provides for the implementation of the concept of social responsibility in the activities of rail transport through the use of effective quality management tools. Noted that practical use of the obtained results will allow to improve the quality of railway transport services, to create a positive image of the railway company and to increase customer loyalty, to ensure the maximum satisfaction of demand for services of railway transport, to promote the strengthening of informal ties and trust between business partners.

Keywords: railway transport, quality management, social responsibility, micro-level and macro-level threats, theoretical concept of quality management of railway transport services.

Одержано 28.10.2018 р.

ДОСЛІДЖЕННЯ КОНЦЕПТУ «ЯКІСТЬ ОСВІТНЬОЇ ПОСЛУГИ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ»

Метою статті є дослідження концепту «якість освітньої послуги ВНЗ», як сукупності властивостей, завдяки яким послуга здатна задовольняти потреби споживача. Для визначення якості освітньої послуги ВНЗ встановлено, які соціальні індикатори її характеризують та як їх виміряти, тобто проведено операціоналізацію поняття. Для цього проведено аналіз напрацьованих дефініцій визначення якості освітньої послуги ВНЗ, на основі яких запропоновано певні узагальнення і розроблено проміжну концептуальну модель поняття «якість освітньої послуги ВНЗ». Запропонована концептуальна модель «Якість освітньої послуги ВНЗ» опосередковує зв'язок вихідного поняття – «якість освітньої послуги», з певною системою показників. На наступному етапі концептуальну модель трансформовано в операціональну. Операціональна модель концепту «якість освітньої послуги ВНЗ» складається з соціальних індикаторів, які являють собою методичний інструментарій внутрішнього забезпечення якості освітніх послуг ВНЗ і можуть бути виміряні. Отримані за допомогою індикаторів перемінні, що реєструються емпірично, переводяться у індекси. Індекси – це відношення наявної кількості досягнутих бажаних показників до їх загальної можливої кількості. Таким чином, операціональна модель, де це можливо, перетворюється в математичну, що складається з перемінних. Якщо вимірювання соціальних індикаторів шляхом переведення їх у індекси неможливо, запропоновано здійснювати його за допомогою певних типів шкал, що використовуються в соціологічних дослідженнях. Практична значущість полягає в тому, що за допомогою маніпулювання операціональною і математичною моделями отримуються дані, які дозволяють розширити концептуальні уявлення про якість освітньої послуги і здійснити зворотній зв'язок з вирішенням завдання підвищення споживчої цінності послуг ВНЗ. Зазначимо, що перелік соціальних індикаторів, якими ВНЗ вимірюватиме якість своїх освітніх послуг, може доповнюватись. А для того, щоб розраховані за ними індекси були надійними і обґрунтованими, додані соціальні індикатори мають вимірювати значимі для концепту «якість освітніх послуг» перемінні.

Ключові слова: споживча цінність товару, концепція створення спільної цінності, якість освітньої послуги, концептуальна модель, операціональна модель концепту «якість освітньої послуги ВНЗ»

ВСТУП

Постановка проблеми. Базовим постулатом маркетингу є задоволення потреб споживачів. Тому визначення його рівня є завданням маркетингового управління діяльністю підприємства. Одночасно рівень задоволення потреб і запитів споживачів є відносним і залежить від сприйняття останніми цінності пропозиції підприємства. На важливості створення, управління та розвитку підприємством споживчої цінності наголошують Ф. Котлер і К. Л. Келлер: «Цінність – одна із центральних концепцій маркетингу. Маркетинг можна розглядати як визначення, створення, просування, надання і моніторинг споживчої цінності» [1, с. 37].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Цікава робота опублікована в 2011 році Майклом Портером та Марком Крамером у «Harvard Business Review» [2]. В ній запропонована концепція створення спільної цінності, яка ґрунтується на припущенні, що в основу як економічних, так і соціальних досягнень покладено принципи цінності: «Концепція спільної цінності може бути визначена як політика і практика одночасного просування економічних і соціальних покращень в громадах, в яких фірма здійснює свою діяльність, що підвищує її конкурентоспроможність». У роботі автори наголошують, що «...соціальні потреби, а не тільки традиційні економічні потреби,

визначають ринки, і соціальна шкода може призвести до внутрішніх втрат фірми», а також розмежовують поняття і сутність концепцій «створення спільної цінності» (creating shared value – CSV) і «корпоративної соціальної відповідальності» (corporate social responsibility – CSR). На думку авторів, основна розбіжність полягає в тому, що програми CSR «фокусуються переважно на репутації і лише частково пов'язані з бізнесом, що робить важким їх обґрунтування й обслуговування протягом тривалого часу», на противагу чому програми CSV «інтегровані в прибутковість фірми і її конкурентну позицію. Це дозволяє використовувати унікальні ресурси і знання фірми зі створення економічних цінностей для створення соціальних цінностей». Тому, на думку авторів, концепція створення спільної цінності має витіснити CSR в інвестиційній політиці фірми стосовно громад, з якими вона працює. Вважаємо, що концепція створення спільної цінності кореспондується з сучасною концепцією маркетингового управління діяльністю підприємства (маркетинг менеджменту) та розвитком споживачів як її складової.

Питання дослідження споживчої цінності розглянуто й у наукових працях українських авторів. Привертає увагу монографія Л. Шульгіної та В. Гуляйко, присвячена «...узагальненню теоретичних засад, розробленню методичних і практичних

рекомендацій щодо впровадження і розвитку механізму формування споживчої цінності продукції поліграфічних підприємств» [3, с. 6] також згідно концепції спільної цінності. У роботі авторами удосконалено наукові підходи до тлумачення поняття споживчої цінності товару на основі трактування спільної цінності як результату взаємодії матеріальної, сервісної, емоційної і соціальної її складових та врахування еволюції відносин між виробниками та споживачами на промисловому ринку.

Також зустрічаються праці, присвячені дослідженню особливостей сприйняття споживчої цінності продукції підприємств сфери послуг та методам її оцінки, вимірювання [4, с. 5-16; 5, с. 140-148; 6, с. 198-210; 7]. Автори по-різному підходять до вирішення такого завдання, але можемо визначити певні закономірності:

- вимірювання споживчої цінності в сфері послуг суттєво залежить від специфіки конкретної послуги, тому уніфікованого методу не існує;
- для вимірювання споживчої цінності в сфері послуг доцільним є використання інтегрованого підходу, заснованого на оцінці якісних та кількісних характеристик послуги шляхом співставлення її ціни з оцінкою результатів споживачами та експертами;
- важливою характеристикою, яку обов'язково необхідно враховувати під час дослідження споживчої цінності послуги, є її якість та те, як вона сприймається споживачами.

Постановка завдання (мета статті). Сьогодні в українському суспільстві широко обговорюються численні проблеми системного характеру, що накопичились в освітньому секторі, в тому числі й відносно якості освітнього продукту. Так, в проекті «Концепції розвитку освіти України на період 2015-2025 років», розробленому Стратегічною дорадчою групою «Освіта», створеною в липні 2014 р., серед іншого зазначено такі проблеми освіти в Україні: надмірна комерціалізація освітніх послуг, корупція і «дипломна хвороба»; зниження якості освіти та падіння рівня знань і вмінь учнів, моральне старіння методів і методик навчання; повільне і безсистемне оновлення змісту освіти; зниження якості педагогічних кадрів і криза педагогічної освіти, професійна деградація частини учительських кадрів; брак ефективної системи моніторингу і контролю якості освіти; зниження якості навчальної літератури та критичний брак передових технологій в освітньому секторі [8]. Метою Концепції є надання підтримки Міністерству освіти і науки в розробці освітньої реформи, а розроблені експертами в її рамках положення, наприклад, «створити умови для формування 2015 року першого складу Національної агенції з якості вищої освіти (НАЯВО)», вже знайшли відображення у законодавчих документах та втілюються на практиці (1 вересня 2015 р. створено Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти (НАЗЯВО)).

«Оскільки цінність – це співвідношення між ціною та якістю, навчальний заклад може збільшити свою цінність двома шляхами: знизити ціну (рівною мірою для всіх чи допомагаючи окремим студентам)

та/або підвищити якість. Навчальні заклади, які працюють на перспективу, намагаються збільшити цінність обома шляхами» [7, с. 50]. Для вирішення завдання підвищення споживчої цінності освітніх послуг національних ВНЗ дослідимо концепт «якість освітньої послуги».

Метою статті є дослідження концепту «якість освітньої послуги ВНЗ» як сукупності властивостей, завдяки яким послуга здатна задовольняти потреби споживача.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Сформулювати визначення якості освітньої послуги ВНЗ не просто. Необхідно встановити, які соціальні індикатори його характеризують та як їх виміряти, тобто провести операціоналізацію самого поняття. Зупинимось детально на першому завданні – визначенні соціальних індикаторів якості освітньої послуги. Для його вирішення необхідно спочатку розробити проміжну концептуальну модель, яка зробить можливим опосередкування зв'язку вихідного поняття – «якість освітньої послуги», з певною системою показників. Спочатку проаналізуємо напрацьовані дефініції визначення якості освітньої послуги ВНЗ, виокремивши різноманітні підходи, та запропонуємо певні узагальнення.

По-перше, концепт «якість освітньої послуги» відбиває результат взаємодії викладача, студента та навчального середовища, представленого певними інституціями. Судження про якість можуть відрізнятися в залежності від особливості сприйняття і точки зору того, хто про неї розмірковує: співробітник вишу, студент, абітурієнт, представник бізнесу або державного департаменту тощо. Кожен має власні вимоги до якості. Досягнути мети сприйняття всіма якості освітньої послуги як високої можливо лише шляхом створення такого навчального середовища, в якому результат взаємодії всіх зацікавлених сторін відповідає рівню, який на сьогодні напрацьований світовою спільнотою і є загально визнаним. Зміст навчальних програм, матеріально-технічне забезпечення, навчальні можливості для учасників процесу навчання та самі процеси мають його підтримувати. Тому якість освітньої послуги ВНЗ є результатом безперервного процесу вдосконалення як його внутрішніх, так і зовнішніх процедур забезпечення якості.

По-друге, за визначенням Організації Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури, «право на якісну освіту – це право на змістовно наповнене і актуальне навчання» [9, с. 36]. Тобто, можемо сказати, що забезпечення якості освітньої послуги – це процес, орієнтований на постійне оновлення змісту програм навчання та адаптація їх до вимог сьогодення. Зазначимо також, що практичну реалізацію такого оновлення доцільно проводити на основі формування навчальних програм відповідно до концепції створення спільної цінності (з урахуванням можливості економічних і соціальних покращень в громадах).

По-третє, невирішеним питанням для

національного освітнього простору є формування культури забезпечення якості освіти. Взаємозв'язок сучасного рівня якості освітніх послуг ВНЗ та рівня культури забезпечення якості освіти у суспільстві досліджено учасником консорціуму Темпус-проекту «Національна система забезпечення якості і взаємної довіри в системі вищої освіти – TRUST» Світланою Гришко: «В Україні основні проблеми забезпечення якості освіти пов'язані з відсутністю культури, з тим, що немає накопиченого досвіду реалізації навчальних потреб і прав учасників освітнього процесу» [10, с. 55]. Такого висновку автор дійшла, порівнюючи історичні передумови формування української і європейської систем забезпечення якості освіти. На відміну від європейських умов свободи вибору, в яких вимоги до якості освіти традиційно висувалися її споживачами і стейкхолдерами, українська освіта тривалий час була зорієнтована на вимоги одного споживача – держави. Це не дозволяло іншим споживачам висувати свої вимоги до якості вищої освіти, сформувало традиції громадянської бездіяльності як результат суспільного досвіду. Також С. Гришко наголошує на тому, що кардинально вирішити проблему якості вищої освіти не можна лише збільшенням уваги до неї з боку держави та її структур, що «суспільство має бути поінформоване та озброєне прикладами того, як потрібно діяти» [10, с. 56]. Погоджуючись із такою точкою зору, вважаємо, що для підвищення якості освітніх послуг ВНЗ має розробляти і постійно вдосконалювати конкретні процедури її забезпечення кожним учасником процесу та механізми впровадження таких процедур, а також широко розповсюджувати (оприлюднювати) інформацію про можливість використання зазначених механізмів всіма стейкхолдерами. Оприлюднення інформації про процедури ВНЗ із забезпечення якості сприятиме підвищенню довіри останніх до його діяльності та

формуванню каналів зворотного зв'язку з ними. Тобто, оприлюднена політика забезпечення якості має стати частиною маркетингового управління ВНЗ.

По-четверте, за визначенням, поданим у «Стандартах і рекомендаціях щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG)», ухвалених на Міністерській конференції у Єревані 2015 року представниками європейських спілок і асоціацій ВНЗ, студентів і агенцій із забезпечення якості вищої освіти «в основі усіх процесів забезпечення якості лежать дві споріднені цілі – *підзвітність і підвищення якості*. Разом вони формують довіру до роботи ВНЗ, здатні підтримати розвиток *культури якості*, до якої зможуть долучитися всі – від студентів і викладачів до керівників навчального закладу» [11, с. 7]. Тобто, забезпечення якості – це процес, орієнтований на врахування потреб і очікувань всіх стейкхолдерів ВНЗ та суспільства в цілому і здатний формувати культуру якості освіти.

Отже, проміжна концептуальна модель поняття «якість освітньої послуги» ВНЗ складається з такої ієрархічної послідовності елементів (рис. 1):

- стан внутрішніх та зовнішніх процедур забезпечення якості ВНЗ;
- здатність ВНЗ постійно оновлювати зміст програм навчання та адаптувати їх до сучасних реалій;
- наявність оприлюдненої політики забезпечення якості як невід'ємної частини маркетингового управління ВНЗ;
- ступінь орієнтації процедур забезпечення якості на врахування потреб і очікувань всіх стейкхолдерів ВНЗ та суспільства в цілому;
- здатність процедур забезпечення якості ВНЗ впливати на формування культури якості освіти у суспільстві.



Рис. 1. Концептуальна модель «Якість освітньої послуги ВНЗ»
(розроблено автором)

Наступним етапом операціоналізації поняття «якість освітньої послуги» є трансформація концептуальної моделі в операціональну, що має складатися з соціальних індикаторів, які можна

виміряти. Пропонуємо індикатори, що, за нашим переконанням, є методичним інструментарієм внутрішнього забезпечення якості освітніх послуг ВНЗ та визначають концепт «якість освітньої послуги» як

соціальний об'єкт (табл. 1).

Так, якщо під час дослідження процедур забезпечення якості ВНЗ буде з'ясовано, що показник індикатору (1.1) «Відвідуваність лекцій і практичних занять студентами» (перший індикатор першого елементу концептуальної моделі) з певного навчального курсу (показник активності) менше 0,5

(тобто, відвідуваність занять студентами виявиться нижчою 50%), наступним кроком необхідно з'ясувати об'єктивні причини того, що відбувається. Остаточне рішення щодо подальшого викладення курсу (відмова від курсу, зміна формату або ін.) приймається на основі їх комплексного аналізу.

Таблиця 1

Операціональна модель концепту «якість освітньої послуги ВНЗ»
(розроблено автором)

Елемент концепт-моделі	Соціальні індикатори
1. Процедури забезпечення якості	1. Відвідуваність лекцій і практичних занять студентами. 2. Наявність розроблених і оприлюднених внутрішніх стандартів рецензування і оцінювання студентських робіт та процедур оцінки виконання цих стандартів. 3. Наявність розроблених і оприлюднених внутрішніх стандартів документального підтвердження знань і навичок, які отримали студенти завдяки проходженню конкретного курсу.
2. Актуальні навчальні програми	1. Наявність системи підвищення кваліфікації, стажування науково-педагогічних працівників ВНЗ. 2. Наявність системних процедур актуалізації навчальних програм з урахуванням вимог студентів і роботодавців. 3. Формування навчальних програм як взаємопов'язаних і взаємозалежних частин, зміст кожної з яких доповнює інші (уникаючи дублювання), інтеграція кожної до навчального процесу як важливої складової, що визначає кінцевий якісний результат навчання – на основі бачення і відчуття цілісності.
3. Політика ВНЗ із забезпечення якості	1. Наявність розробленої і оприлюдненої Політики забезпечення якості ВНЗ. 2. Наявність внутрішніх процедур оцінки досягнень ВНЗ у дотриманні зобов'язань власної Політики забезпечення якості. 3. Наявність у ВНЗ системи реагування на потреби споживачів та внутрішніх процедур оцінки ефективності цієї системи. 4. Оприлюднення щорічного звіту ВНЗ про досягнуті результати у сфері забезпечення якості своєї діяльності.
4. Орієнтир на потреби стейкхолдерів	1. Наявність розроблених і оприлюднених Стандартів співпраці з роботодавцями, в яких прописано процедури такої співпраці, права сторін і результати, на які розраховують учасники процесу. 2. Наявність розробленої окремої ввідної програми для іноземних студентів (якщо такі навчаються), а також окремої бази інформації для них (про навчальні курси, події, стажування, систему подання скарг і пропозицій та ін.) з урахуванням їх специфічних потреб. 3. Наявність системи надання студентам актуальної інформації про робочі місця і кар'єрні можливості. 4. Наявність процедур доведення інформації про зусилля ВНЗ у сфері якості до внутрішніх і зовнішніх стейкхолдерів. 5. Наявність процедур збору та обробки думок роботодавців і студентів про діяльність вишу.
5. Культура якості освіти	1. Наявність Декларації про академічну доброчесність науково-педагогічних працівників. 2. Наявність Декларації про академічну доброчесність осіб, що здобувають освіту (студентів, аспірантів, докторантів). 3. Наявність затверджених внутрішніх процедур підписання Декларації про академічну доброчесність. 4. Наявність затверджених внутрішніх процедур контролю за дотриманням академічної доброчесності учасниками освітньої діяльності.

Що стосується інших соціальних індикаторів, то фіксування їх наявності важливе лише на початковому етапі впровадження процесу забезпечення якості у ВНЗ. У подальшому доцільним буде, де це можливо, перетворення операціональної моделі в математичну, що складається з перемінних. Для цього спочатку необхідно обрати одиниці вимірювання (якщо це можливо) або здійснювати вимірювання за допомогою

певних типів шкал, що використовуються в соціологічних дослідженнях. Наприклад, для переводу індикатора (1.3) «Підтвердження знань і навичок студентів з курсу» в перемінні доцільно застосувати шкалу порядкового типу (ординальну). Оцінка проводиться шляхом розподілу результатів, отриманих під час незалежного фіксування підсумкового рівня знань і навичок студентів після пройденого курсу, в

порядку від максимального значення досліджуваної властивості до мінімального (наприклад, традиційно, за п'ятибальною шкалою: від 5 (абсолютно задовільно) до 1 (абсолютно незадовільно)). Порядкова шкала візуально представляє результати навчання, фіксуючи різницю між ними, що дозволяє зробити висновки стосовно задоволеності останніми.

Особливо наголосимо на тому, що релевантність такого дослідження безпосередньо залежить від відповідальних дій тих, хто приймає в ньому участь, тобто від культури освіти. В Україні сьогодні, як вже було з'ясовано, є з нею проблеми. Фальсифікації під час фіксації результатів вмінь та навичок студентів мають місце в національних вишах. Вони можливі і під час переведення в перемінні інших соціальних індикаторів. А некоректні результати не дають можливості вдосконалювати процедури забезпечення якості ВНЗ. Якщо на рівні вищого керівництва ВНЗ буде прийнято рішення про тотальний контроль якості шляхом незалежного збору і обробки освітніх результатів, це викличе страх у тих, кого будуть перевіряти (студентів і викладачів) і неминуче призведе до викривлення даних.

Едвардс Демінг, видатний американський консультант XX століття, один із авторів «японського економічного дива» зазначав: «Покінчіть з залежністю від контролю якості. Усуньте потребу в масових перевірках, перш за все вбудовуючи якість в продукцію» [12, с. 46]. І раніше: «Для суспільства програма якості, що починається з промови губернатора, розвішування прапорів, барабанного дробу, нагрудних значків та супроводжується бурхливими аплодисментами, – це обман і пастка» [12, с. 45]. Як же впоратись із завданням «вбудовування якості в продукцію» і оминати «пастку»? Вважаємо, що починати потрібно із поступових змін у самому процесі навчання, заохочуючи викладачів і студентів до діалогу з питань якості без зайвого зовнішнього втручання. На нашу думку, в нагоді стане метод «Одна хвилина свердління», запропонований одним з найвидатніших статистиків минулого століття Фредом Мостеллером [13, с. 93–99].

Суть методу полягає у тому, що в останню хвилину кожного заняття студентам (всім або вибірково) пропонується відмітити три моменти:

- 1) питання, яке вони вважають найбільш важливим (корисним) із проведеного заняття;
- 2) питання, яке вони вважають найбільш «заплутаним», тобто те, що вони не зрозуміли під час заняття;
- 3) те, про що вони хотіли б дізнатися більше.

До початку наступного навчального періоду викладачем вводяться зміни у курс відповідно до отриманих даних. Ф. Мостеллер зазначає, що найбільш цінні відповіді студентів зазвичай стосуються «заплутаних» моментів. За бажанням можна модифікувати метод. Наприклад, заздалегідь попереджати студентів про те, що опитування буде

проводитись в кінці вивчення певної теми (а не після кожного заняття) з зазначенням термінів. Попередження має стимулювати студентів бути уважнішими, формулювати докладніші відповіді під час опитування, краще осмислити матеріал.

Отже, застосування методу «Одна хвилина свердління» або його модифікацій дозволить вдосконалити процес, що відображений індикатором (1.3) «Наявність розроблених і оприлюднених внутрішніх стандартів документального підтвердження знань і навичок, які отримали студенти завдяки проходженню конкретного курсу» шляхом налагодження негайного зворотного зв'язку викладача зі студентами стосовно якості курсу навчання. Це дає можливість за необхідності швидко вносити зміни в курс, зменшить напругу підсумкового оцінювання, дозволить поступово і безперервно покращувати якість освіти у ВНЗ без зайвого контролю.

Розглянемо інший варіант математичного вимірювання соціальних індикаторів операціональної моделі «Якість освітньої послуги ВНЗ» на прикладі індикатору (2.2) «Наявність системних процедур актуалізації навчальних програм з урахуванням вимог студентів і роботодавців». Отримані за допомогою індикатору перемінні, що реструкуються емпірично (простий підрахунок кількості вже актуалізованих навчальних програм з урахуванням вимог стейкхолдерів), переводяться у «індекс актуалізації», що являє собою відношення кількості актуалізованих програм до загальної кількості програм навчального курсу. З огляду на те, що при запропонованій системі вимірювання соціальних індикаторів всі вони матимуть значення від 0 до 1, вважаємо, що мінімально допустиме задовільне значення показника має бути 0,5. Це пов'язане з тим, що, відповідно до процедури математичного округлення числа, можна стверджувати, що показник 0,5 і більше прагне до 1, тому є допустимим або достатнім.

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

За допомогою маніпулювання операціональною і математичною моделями отримуються дані, що дозволяють розширити концептуальні уявлення про якість освітньої послуги і здійснити зворотній зв'язок з вирішенням завдання підвищення споживчої цінності послуг ВНЗ. Зазначимо, що перелік соціальних індикаторів, якими ВНЗ вимірюватиме якість своїх освітніх послуг, може доповнюватись. А для того, щоб розраховані за ними індекси були надійними і обґрунтованими, додані соціальні індикатори мають вимірювати значимі для концепту «якість освітніх послуг» перемінні. Перспективою подальших досліджень є детальне опрацювання процедур внутрішнього забезпечення якості освітніх послуг ВНЗ, за яку саме вони несуть основну відповідальність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – 3-е изд. СПб.: Питер,

2010. – 480 с.

2. Porter, M. The Big Idea: Creating Shared Value [Електронний ресурс] / М. Porter, М. Kramer // Harvard Business Review. 2011. – Режим доступу: <https://archive.harvardbusiness.org/cla/web/pl/product.seam?c=8062&i=8064&cs=1b64dfac8e4d2ef4da5976b5665c5540>.

3. Шульгіна, Л. М. Механізм формування споживчої цінності продукції поліграфічних підприємств: монографія / Л. М. Шульгіна, В. М. Гуляйко. – К.: Univest PrePress, 2015. – 223 с.

4. Ткаченко, Т. Формування споживчої цінності туристичного продукту / Т. Ткаченко, М. Бойко // Товари і ринки. – 2012. – № 2. – С. 5-16.

5. Бычкова, Н. В. Обзор методов оценки потребительской ценности кинотеатральных услуг / Н. В. Бычкова, И. Ю. Окольнішнікова, Ю. Г. Кузменко // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». – 2015. – № 4 (Т. 9.) – С. 140-148.

6. Юлдашева, О. У. Методология измерения и оценки потребительской ценности: дифференциация подходов / О. У. Юлдашева, В. Г. Шубаева, Д. Б. Орехов // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. – 2014. – № 3 – С. 198-210.

7. Котлер, Ф. Стратегічний маркетинг для навчальних закладів / Ф. Котлер, Карен Ф. А. Фокс. – К.: УАМ, Вид. Хімджест, 2011. – 580 с.

8. Проект «Концепція розвитку освіти України на період 2015-2025 років» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.tnpu.edu.ua/EKTS/proekt_koncepc.pdf.

9. Переосмысливая образование. Образование как всеобщее благо? / Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры. – Париж: Типография ЮНЕСКО, 2015. – 96 с.

10. Гришко, С. Мысли о необходимости развивать культуру обеспечения качества образования на постсоветском пространстве [Електронний ресурс] / С. Гришко. – Львів: Видавництво «Компанія «Манускрипт»», 2014. – Режим доступу: http://dovira.eu/Trust_1.pdf.

11. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG). – К.: ТОВ «ІС», 2015. – 32 с.

12. Деминг, Э. Выход из кризиса: Новая парадигма управления людьми, системами и процессами / Э. Деминг. – 2-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. – 419 с.

13. Mosteller, F. Broadening the Scope of statistics and Statistical Education / F. Mosteller // The American Statistician, 1988. – № 42. – P. 93-99.

REFERENCES

1. Kotler, F., & Keller, K. L. (2010). Marketing menedzhment. Jekspres-kurs [A framework for marketing management]. (3rd ed., rev.). Saint Petersburg: Piter [in Russian].

2. Porter, M., & Kramer, M. (2011). The Big Idea: Creating Shared Value. Harvard Business Review, January-February. Retrieved from: <https://archive.harvardbusiness.org/cla/web/pl/product.seam?c=8062&i=8064&cs=1b64dfac8e4d2ef4da5976b5665c5540> [in English].

3. Shulhina, L. M., & Hulyayko, V. M. (2015). Mekhanizm formuvannya spozhyvchoyi tsinnosti produktsiyi polihrafichnykh pidpryyemstv [The mechanism of the formation of customer value products printing company]. K.: Univest PrePress [in Ukrainian].

4. Tkachenko, T., & Boyko, M. (2012). Formuvannya spozhyvchoyi tsinnosti turystychnoho produktu [Formation of consumer value of tourism product]. Tovary i rynky – Products & Markets, 2, 5-16 [in Ukrainian].

5. Bychkova, N. V., Okolnishnikova, I. Ju., & Kuzmenko, Ju. G. (2015). Obzor metodov ocenki potrebitelskoj cennosti kinoteatralnykh uslug [Review of methods for assessing a consumer value of cinema and theatre services]. Vestnik JuUrGU. Seriya «Jekonomika i menedzhment» – Bulletin of the South Ural State University. Ser. Economics and Management, 4 (9), 140-148 [in Russian].

6. Juldashaeva, O. U., Shubaeva, V. G., & Orekhov D. B. (2014). Metodologiya izmerenija i ocenki potrebitelskoj cennosti: differenciacija podhodov [Methodology of customer value measurement and estimation: differentiation of approaches]. Korporativnoe upravlenie i innovacionnoe razvitie jekonomiki Severa: Vestnik Nauchno-issledovatel'skogo centra korporativnogo prava, upravlenija i venchurnogo investirovanija Syktyvkarskogo gosudarstvennogo universiteta – Corporate Governance and innovative economic development on the North: Bulletin of Research Center of Corporate Law, Management and Venture Investment of Syktyvkar State University, 3, 198-210 [in Russian].

7. Kotler, F., & Karen, F.A. (2011). Stratehichnyy marketynh dlya navchal'nykh zakladiv [Strategic Marketing for Educational Institutions]. K.: UAM, Vyd. Khimdzhest [in Ukrainian].

8. Proekt «Kontseptsija rozvytku osvity Ukrayiny na period 2015-2025 rokiv» [The «Concept of Education of Ukraine for the period 2015-2025 years»]. Retrieved from: http://www.tnpu.edu.ua/EKTS/proekt_koncepc.pdf. [in Ukrainian].

9. Pereosmyslivaja obrazovanie. Obrazovanie kak vseobshhee blago? [Rethinking Education: Towards a global common good?] (2015). Organizacija Obedinennyh Nacij po voprosam obrazovanija, nauki i kultury – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. Parizh: Tipografija JuNESKO [in Russian].

10. Grishko S. (2014). Myisli o neobhodimosti razvivat kulturu obespecheniya kachestva obrazovaniya na postsovetском prostranstve [Thoughts on the need to develop a culture of ensuring the quality of education in the post-Soviet space]. Lviv: Vydavnytstvo «Kompaniya «Manuskrypt». Retrieved from: http://dovira.eu/Trust_1.pdf [in Russian].

11. Standarty i rekomendatsiyi shchodo zabezpechennya yakosti v Yevropeyskomu prostori vyshchoyi osvity (ESG). (2015). [Standards and guidelines for quality assurance in the European Higher Education]. K.: TOV «TsS» [in Ukrainian].

12. Deming Je. (2009). Vyhod iz krizisa: Novaja paradigma upravleniya ljudmi, sistemami i processami [Out of crisis]. (2nd ed., rev.). M.: Alpina Biznes Buks [in Russian].

13. Mosteller F. (1988). Broadening the Scope of statistics and Statistical Education. The American Statistician, 42, 93-99 [in English].

Чайка Инна Петровна. ИССЛЕДОВАНИЕ КОНЦЕПТА «КАЧЕСТВО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ УСЛУГИ ВУЗА»

Целью статьи является исследование концепта «качество образовательной услуги ВУЗа» как совокупности свойств, благодаря которым услуга способна удовлетворять потребности. Для определения качества образовательной услуги ВУЗа установлено, какие социальные индикаторы его характеризуют и как их измерить, то есть проведения операционализацию понятия. Для этого проведен анализ наработанных дефиниций определения качества образовательной услуги, на основе которых предложено определенные обобщения и разработана промежуточная концептуальная модель понятия «качество образовательной услуги ВУЗа». Предложенная концептуальная модель «Качество образовательной услуги ВУЗа» опосредует связь исходного понятия - «качество образовательной услуги», с определенной системой показателей. На следующем этапе концептуальную модель трансформирована в операциональную. Операциональная модель концепта «качество образовательной услуги ВУЗа» состоит из социальных индикаторов, которые представляют собой методический инструментарий внутреннего обеспечения качества образовательных услуг и могут быть измерены. Полученные с помощью индикаторов переменные регистрируются эмпирически и переводятся в индексы. Индексы - это отношение имеющегося количества достигнутых желаемых показателей к их общему возможному количеству. Таким образом, операциональная модель, где это возможно, превращается в математическую, состоящую из переменных. Если измерения социальных индикаторов путем перевода их в индексы невозможно, предложено осуществлять их с помощью определенных типов шкал, используемых в социологических исследованиях. Практическая значимость заключается в том, что с помощью манипулирования операциональной и математической моделями получают данные, которые позволяют расширить концептуальные представления о качестве образовательной услуги и осуществить обратную связь с решением задачи повышения потребительской ценности услуг ВУЗа. Отметим, что перечень социальных индикаторов, которыми ВУЗ будет измерять качество своих образовательных услуг, может дополняться. А для того, чтобы рассчитанные по ним индексы были надежными и обоснованными, добавлены социальные индикаторы должны измерять значимые для концепта «качество образовательной услуги» переменные.

Ключевые слова: потребительская ценность товара, концепция создания совместной ценности, качество образовательной услуги, концептуальная модель, операциональная модель концепта «качество образовательной услуги ВУЗа».

Chajka Inna P. STUDY CONCEPT «QUALITY OF EDUCATION IN HIGHER EDUCATIONAL AGENCY»

The aim of the article is to study the concept of «quality of education» as a combination of properties that make service is able to meet the needs of the consumer. To determine the quality of education universities found that social indicators characterize it and how to measure that held operationalization of the concept. For this analysis elaborated definitions determine the quality of educational services institutions on which prompted some intermediate synthesis and developed a conceptual model of the concept of «quality of education institutions». It consist of a hierarchical sequence elements: the state of internal and external quality assurance procedures universities; the ability of universities to upgrade the content of training programs and adapt them to current realities; availability of quality assurance policies promulgated as an integral part of marketing management institutions; the degree of orientation quality assurance procedures to take account of the needs and expectations of all stakeholder institutions and society as a whole; the ability of university quality assurance procedures to influence the culture of the quality of education in society. A conceptual model of the «quality of education institutions' communication mediates the initial concept –«quality of education» with certain metrics. The next step is transformed into a conceptual model operational. The operational model of the concept of «quality of educational service institutions» consists of social indicators, which are methodological tools internal quality assurance of educational services and institutions can be measured. Obtained using indicator variables recorded empirically translated into indexes. Indices – the ratio of inventory to achieve the desired parameters to the total possible number. Thus, the operational model, where available, is converted into a mathematical consisting of variables. Mathematical model requires select units. Given the fact that in the proposed system of measuring social indicators they have a value between 0 and 1, we believe that a satisfactory minimum allowable value of the index should be 0.5. This is due to the fact that, according to the procedure of mathematical rounding numbers can be argued that the rate of more than 0.5 and tends to 1 as a valid or sufficient. When measuring social indicators by putting them in the indices can not be

proposed to implement it with certain types of scales used in sociological research. Thus, by manipulating mathematical models and operational data is obtained, which can extend the conceptual idea of the quality of educational services and implement feedback from solving the task of raising consumer value services institutions. Note that the list of social indicators that measure the quality of its university educational services can be supplemented. And to them are calculated indices are reliable and valid, have added social indicators to measure meaningful concept «quality of education» variable. The prospect of further research is detailed study of internal quality assurance of educational services institutions for which they have the primary responsibility.

Keywords: *value consumer goods, the concept of creating shared value, quality educational services, conceptual model, operational model of the concept of «quality of educational service institutions».*

Одержано 16.08.2018 р.

РОЗДІЛ II

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 334.138+657.63

DOI:10.31339/2313-8114-2018-2(10)-50-53

Yaroslav Holubka,

PhD in Economics (Candidate of Economic Sciences),

Senior Lecturer of the Department of Accounting and Taxation and Marketing,

Mukachevo State University

AUDIT OF MARKETING ACTIVITY OF AN ENTERPRISE: THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS

In a harsh competitive environment, the ongoing analysis and monitoring of the marketing program implementation, that was developed on the basis of research and market forecasting, analysis of internal and external state of the enterprise, market behavior strategy and tactics development, is one of the urgent demands. The purpose of the article is to study the practical aspects of marketing audit and to develop practical recommendations for its optimization. General scientific methods of research are applied: induction and deduction, refinement and classification. The author summarizes that the task of managers is to master the peculiarities of conducting marketing audits at an enterprise and effectively use their results for adjusting their activity. The article clarifies the content load of marketing audit concept, substantiates the stages of its conduct at the enterprise, defines the tasks and outlines the advantages of its application. It is defined that the important result of marketing audit is an opportunity to specify the factors that form the economic potential of the enterprise. The following main elements of control and analytical system of the enterprise are distinguished: situational analysis is the preliminary analytical stage of marketing planning; marketing control; marketing revision; marketing audit. The structure of the information flow during the marketing audit has been generalized: legal and regulatory framework; information about the results of marketing activity; accounting; integrated information. This list of analyzed information during the audit allows to cover all possible problem areas, and define necessary steps to improve marketing activities. It is concluded that audit of marketing activity is an effective, special and key factor in the regulation and control of enterprises' activities. It gives an opportunity to timely define shortcomings in company's work and effectively eliminate them, therefore, it is a strategic methodological basis for changes in enterprise's activities. Further research will be devoted to marketing audit planning and performance.

Keywords: audit, marketing activity, planning, audit of marketing.

INTRODUCTION

The problem statement. The complexity and instability of the marketing environment where domestic enterprises operate, the threats and challenges associated with the complicated geopolitical situation, the volatility of the global economy force entrepreneurs to look for new spheres and promising directions for the development of their activities not only at national but also at international markets.

In a harsh competitive environment, the ongoing analysis and monitoring of the marketing program implementation, that was developed on the basis of research and market forecasting, analysis of internal and external state of the enterprise, market behavior strategy and tactics development, is one of the urgent tasks for enterprise management. Audit plays an important role in assessing the relevance of marketing strategy to the

company's current needs and controlling of its implementation. The urgent task of managers is to master the peculiarities of conducting marketing audits at an enterprise and effectively use their results for adjusting their activity.

Analysis of recent research and publications.

Significant contributions to the study of marketing have been made by the following scholars: A. Voychak, V. Gerasimchuk, Yu. Dainovsky, V. Kardash, F. Kotler, N. Kudenko, T. Lukyanets, I. Lylyk, M. Oklander, A. Pavlenko, V. Pylypchuk S. Skibinskyi, A. Starostina V. Tamberg Among researchers, the following scientists and specialists made the greatest contribution to the development of selected topics: V. V. Babych, L. V. Balabanova, Ye. V. Mnyh, K. O. Nazarova. V. S. Rudnytskyi and others. A large number of scientific developments on the mentioned subject emphasizes the urgency of the research topic and emphasizes at significant

number of problems that require further resolution.

Article purpose (task statement). The purpose of the article is to study theoretical aspects of marketing audit and to formulate practical recommendations for its optimization.

RESEARCH RESULTS

In a market economy, all manufacturing enterprises are limited in their resources, which besides may not be used or may be subject to insufficient or undue use. These resources include material resources, administrative resources, know-how, image, clients, skills, experience, markets, branding, R & D, and more.

The peculiarity of all resources of an enterprise in terms of marketing is the underestimation of their potential utility or simply the lack of information about the full potential of these resources. Normal and generally accepted control of the marketing activities of the enterprise by virtue of its nature does not answer the question on the effectiveness of resources use. This is a prerogative of strategic research and enterprise planning. Only marketing audit, as a tool of strategic marketing control, sets its main goal to revealing the underlying hidden possibilities of the enterprise and developing management decisions to improve the efficiency of the defined reserves use within the operating company.

Marketing audit by definition of Yermolenko M. M. [1, c. 156] It is a comprehensive, systematic, independent and periodic review of the external and internal marketing environment, goals, strategies and specific types of marketing activities for the enterprise as a whole and its individual business units. The purpose of marketing audit is to identify the main marketing problems; factors that led to their emergence and new opportunities for developing a marketing environment; development of measures to increase marketing activity in the enterprise as a whole. If the marketing audit is limited to reviewing and analyzing only the effectiveness of marketing functions of the enterprise, then it is classified as a functional marketing audit.

Marketing audit is a systematic, unbiased check and evaluation of the external environment, market, competitors, as well as marketing activities of the company. There is an urgent need for conducting both internal and external marketing audits. As a result of the audit of the environment of the enterprise, the company receives:

- an assessment of company's strategic objectives compliance to the current state of the market;
- a holistic slice of information on the market, which allows to determine the possibilities of enterprise development and to anticipate possible «threats» from the external environment;
- determining the performance of competitors, which allows you to take a successful experience, and not to repeat their mistakes;
- identification of new ways to interact with the market environment, conditioned by the constant development of technologies.

Carrying out a marketing audit of the internal environment of an enterprise allows to get the following

results:

- objective independent assessment of the current state of the company's marketing management system;
- definition of the results of the company's activity during the audit period, the effectiveness of the activity, defined as the ratio of profit received to expenses (monetary, temporary, and so on);
- evaluation of the results of marketing events;
- analysis of the quality of marketing research conducted, including assessment of decisions based on them;
- evaluation of the marketing complex and its components;
- identification of strengths and weaknesses of the enterprise, assessment of their impact on the opportunities and «threats» from the external environment.

Marketing audit is recommended at different stages with the help of separate elements of the control and analytical system. It includes:

- situational analysis – the preliminary analytical stage of marketing planning, whose purpose is to determine the position of the company in the market. The analysis of components of external and internal marketing environment in the form of answers to pre-prepared groups of questions is used;
- marketing control – the final stage of marketing planning, the purpose of which is to identify the relevance and effectiveness of the chosen strategy and tactics to real market processes. It is implemented in the form of strategic, ongoing profit control using standardized forms;
- marketing review – a procedure for reviewing or substantially correcting marketing strategy and tactics as a result of changes in both external and internal conditions. Appropriate calculations and evaluations are conducted;
- marketing audit is an analysis and evaluation of the marketing functions of the enterprise. It is carried out by experts in the form of an independent external check of all the elements of the marketing system. It is based on the general principles of audit aimed at identifying lost profits from inadequate marketing use at the enterprise. Represents a new direction in the field of marketing consulting. Uses common management consulting procedures (diagnosis, prognosis, and so on).

Marketing control is a process of measuring and evaluating the results of implementing marketing plans, implementing corrective actions, and ensuring the achievement of marketing goals. The control concludes a marketing management cycle and at the same time gives rise to a new marketing planning cycle. Thus, the identification of the strengths and weaknesses of marketing activities, analysis of the level of implementation of marketing plans are necessary for the correct choice of goals and strategies of marketing activities for the next planning period [4].

Though, as the revision practice shows, auditing proves to be valuable due to the reliability of data base used for drawing precise and unprejudiced conclusion about the quality and efficiency of the marketing activity.

Thus, the main information flows of the company should be as follows: Legal and regulatory framework; (legislative framework, job descriptions); statements of marketing results (marketing plans and budgets of different

levels), marketing staff appraisal reports, catalogs, brochures, marketing costs report, promotional events, discount patterns, contracts and agreements); accounting (balance, statement of financial results, basic documents, analytical data); integrated data (information about goods for the target audience, sales range, the scale of customer database). This list of analyzed information during the audit allows to cover all possible problem areas, and define necessary steps to improve marketing activities.

Outlining the competitive advantages of the company and its strong points in using marketing opportunities are the most important aspects of the audits. The information is valuable provided that it is systematic and the legal environment integrates with the company's database to develop an effective organizational and informative performance mechanism for the company.

Thus, there is always a risk of mistake in the decision making process, that is why the above-mentioned facts serve as confirmation of necessity and importance of receiving key information that is a determinant condition for assuring quality of the conducted audit of marketing activity [2].

One should also mention that the marketing activity audit serves as an organizational approach to the marketing system assessment aimed at further enhancement of its strong points focusing on the following:

- strengthening the company's position at the market and entering new markets (segments) which allows to increase the range of production and sales volumes resulting in considerably higher income.
- maximum possible increase of income resulting in new investment opportunities and enhancement of production capacities of the company;
- productivity enhancement serving as a basis for the effective use of labour forces and increase of the produced items quantity;
- the principles of strategic and project management of the marketing activity allowing the development of a marketing strategy and avoiding mistakes;
- performance and risk analysis for all the marketing initiatives allowing to avoid expenditures for producing non-demanded items, optimize price range and adapt sales activities to market requirements and demands.

The development of partnership relations, implementation of investment projects and concluding contracts serve as a basis for risk management;

– enhancing marketing opportunities aimed at the prompt elimination of the revealed shortcomings, preventing or localizing negative factors and making advantage of new benefits. Consequently, the marketing strategy of the company will differ from the initially implemented course according to which marketing was regarded as an internal policy that forced the company to change as much as possible in order to meet customer's needs and «attract new customers at any cost». A new course is aimed at the efficiency (profitability) of the marketing activity [5].

CONCLUSIONS AND FURTHER RESEARCH PERSPECTIVES

Ideally, the marketing audit is a process of regular and critical study, analysis and control over a company's marketing activity determining its performance as a successful economic entity.

Marketing audit is focused on the following: revealing marketing problems leading to the loss of the company's productivity and efficiency; assuring cost effectiveness of financial resources and productivity of labour forces by adherence to the most efficient marketing strategy; defining the main recommendations especially in cases when the management cannot choose the right niche, define its business area or has lack of experience.

Thus, marketing audit is an efficient, specific and key factor regulating and taking control over the company's performance. It gives an opportunity to timely define shortcomings in company's work and effectively eliminate them, therefore, it is a strategic methodological basis for changes in enterprise's activities. With regards to the current market relations, the marketing audit should become the integral part of any company focused on achieving stability, financial independence and satisfaction of its employees. The issue of conducting marketing audit is still disputable and requires further investigation, deep study of the basics and further practical implementation of the results.

REFERENCE LIST

1. Yermolenko, M. M. Marketing Management. Study guide. – K: National Academy of Sciences of Ukraine, 2001. – 204 p.
2. Kapustina, Y. V. Special aspects of the audit of the company's marketing activity [Electronic source] – Access mode: file:///C:/Users/Admin/Downloads/Nvpushk_2011_2_27.pdf.
3. Kravetskyi, A. V., Firsova, L. A., Lutsiak, V. V. Marketing audit: Nature, constituent parts and special aspects of its conduct [Electronic source] – Access mode: http://www.rusnauka.com/34_NIEK_2010/Economics/75123.doc.htm.
4. Pererva, P. H. Innovative Technologies of Conducting Marketing Audit [Electronic source]. – Access mode: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/6228/1/vestnik_HPI_2012_4_Pererva_Innovatsiini.pdf.
5. Romanchenko, N. V. Marketing policy optimization under economic slowdown / N. V. Romanchenko // Theoretical basics and up-to-date development patterns of national economy under integration processes: Collection of international scientific and practical conference materials, December 4-5 2009. – V.: [B.V.], 2009. – P. 69-70.

Голубка Ярослав Владимирович. АУДИТ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

В условиях жесткой конкурентной среды является актуальным проведение постоянного анализа и контроля выполнения маркетинговой программы, составленной на основе исследования и прогнозирования рынка, анализа внутреннего и внешнего состояния предприятия, разработки стратегии и тактики поведения на рынке. Целью статьи является исследование практических аспектов осуществления аудита маркетинга и формирование практических рекомендаций по его оптимизации. Применены общенаучные методы исследования: индукции и дедукции, уточнения и классификации. Автором обобщен, что задачей руководителей является освоение особенностей проведения маркетингового аудита на предприятии и эффективное использование его результатов для корректировки своей деятельности. В статье уточнено нагрудку понятие маркетинговый аудит, обоснованно этапы его проведения на предприятии, определены задачи и намечены преимущества его применения. Определено, что важным результатом маркетингового аудита является возможность уточнения факторов формирования экономического потенциала предприятия. Выделены основные элементы контрольно-аналитической системы предприятия: ситуационный анализ – предварительный аналитический этап маркетингового планирования; контроль маркетинга; ревизия маркетинга; аудит маркетинга. Обзор структуру информационного потока при проведении маркетингового аудита: нормативно-правовая база; информация о результатах маркетинговой деятельности; бухгалтерская; интегрированная информация. Такой перечень проанализированной информации при проведении аудита позволит охватить все возможные проблемные зоны, определить необходимые шаги по совершенствованию маркетинговой деятельности. Сделан вывод, что аудит маркетинговой деятельности является эффективным, особнным и ключевым фактором в регулировании и контроле за деятельностью предприятий.

Он дает возможность вовремя выявить недостатки в работе предприятия, эффективно их устранить, поэтому является стратегической методологической основой для проведения изменений в деятельности предприятия. Дальнейшие исследования будут уделены вопросам планирования и проведения маркетингового аудита.

Ключевые слова: аудит, маркетинговая деятельность, планирование, аудит маркетинга

Голубка Ярослав Володимирович. АУДИТ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ

В умовах жорсткого конкурентного середовища є актуальним проведення постійного аналізу та контролю виконання маркетингової програми, складеної на основі дослідження і прогнозування ринку, аналізу внутрішнього та зовнішнього стану підприємства, розробки стратегії та тактики поведінки на ринку. Метою статті є дослідження практичних аспектів здійснення аудиту маркетингу та формування практичних рекомендацій щодо його оптимізації. Застосовано загальнонаукові методи дослідження: індукції та дедукції, уточнення та класифікації. Автором узагальнено, що завданням керівників є освоєння особливостей проведення маркетингового аудиту на підприємстві та ефективного використання його результатів для коригування своєї діяльності. У статті уточнено змістове навантаження поняття маркетинговий аудит, обґрунтовано етапи його проведення на підприємстві, визначено завдання та окреслено переваги його застосування. Визначено, що важливим результатом маркетингового аудиту є можливість уточнення чинників формування економічного потенціалу підприємства. Виділено основні елементи контрольно-аналітичної системи підприємства: ситуаційний аналіз – попередній аналітичний етап маркетингового планування; контроль маркетингу; ревізія маркетингу; аудит маркетингу. Узагальнено структуру інформаційного потоку при проведенні маркетингового аудита: нормативно-правова база; інформація про результати маркетингової діяльності; бухгалтерська; інтегрована інформація. Такий перелік проаналізованої інформації при проведенні аудиту дозволить охопити всі можливі проблемні зони, визначити необхідні кроки щодо вдосконалення маркетингової діяльності. Зроблено висновок, що аудит маркетингової діяльності є ефективним, особливим і ключовим чинником у регулюванні та контролі за діяльністю підприємств. Він дає можливість вчасно виявити недоліки в роботі підприємства, ефективно їх усунути, тому є стратегічною методологічною основою для проведення змін у діяльності підприємства. Подальші дослідження будуть приділені питанням планування та проведення маркетингового аудиту.

Ключові слова: аудит, маркетингова діяльність, планування, аудит маркетингу

Одержано 11.10.2018 р.

РЕІНЖИНІРИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ЯК МЕТОД ВДОСКОНАЛЕННЯ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ

Постійне нарощування конкурентного тиску, скорочення життєвого циклу технологій, поява нових товарів і послуг, агресивне втручання інформаційних технологій у механізм функціонування та розвитку організацій спонукає бізнес-структури перманентно перепроєктовувати існуючі бізнес-процеси та підходи до управління ними шляхом застосування реінжинірингу. Метою статті є дослідження змісту і ролі реінжинірингу в удосконаленні діяльності та процесів управління підприємством, визначення його місця серед методів удосконалення ведення бізнесу, а також обґрунтування доцільності застосування різних методів реінжинірингу залежно від видів та стадій розгортання кризових явищ на підприємстві. Існуючі підходи до вдосконалення бізнес-процесів на підприємстві поділяють на 2 групи: поступові та кардинальні. Реінжиніринг належить до кардинальних методів зміни способу ведення бізнесу, який дає змогу суб'єктам господарювання успішно перемагати не лише у конкурентній боротьбі, а і у протистоянні кризовим явищам. Аналізуючи та систематизуючи наукові праці різних учених, було виявлено еволюцію РБП від технології з чистого аркуша до сучасного розуміння, яке передбачає збереження раціональних існуючих бізнес-процесів чи їх елементів та їх інтегрування у нову бізнес-структуру, що відповідає вимогам часу. Охарактеризовано суб'єкти реінжинірингу, у якості яких можуть виступати як підприємства в цілому на різних стадіях життєвого циклу, так і окремі бізнес-процеси. Наукова новизна полягає у встановленні залежності застосовуваного виду чи методу РБП від стадії розгортання кризи на підприємстві. Практичне значення результатів дослідження полягає у тому, що своєчасне виявлення джерел виникнення проблем та ідентифікація стадії розгортання кризи дозволить обрати правильний варіант удосконалення бізнес-процесів – поточну оптимізацію чи кардинальне перепроєктування, тобто РБП. Перспективами подальших досліджень у даному напрямі є розроблення системи індикаторів доцільності впровадження реінжинірингу окремих бізнес-процесів при наявності локальної кризи на підприємстві, а також показників оцінки ефективності його здійснення.

Ключові слова: процесний підхід до управління, бізнес-процес, реінжиніринг бізнес-процесів, реінжиніринг розвитку, кризовий реінжиніринг, криза.

ВСТУП

Постановка проблеми. Розвиток сучасної економіки носить інноваційно-спрямований характер. Успіху у бізнесі досягають підприємницькі структури, орієнтовані на своєчасне реагування на потреби ринку шляхом переорієнтації на актуальні потреби споживачів. Адаптація до змінного середовища може вимагати радикальної перебудови як організації ведення наявного бізнесу, так і переходу на принципово нові види діяльності. Постійне нарощування конкурентного тиску, скорочення життєвого циклу технологій, поява альтернативних до існуючих товарів і послуг, агресивне втручання інформаційних технологій у механізм функціонування та розвитку суб'єктів господарювання спонукає бізнес-структури перманентно перепроєктовувати існуючі бізнес-процеси та підходи до управління ними.

Вибір варіантів оптимізації організації і ведення бізнесу ускладнений обмежувачими ресурсними, економічними, політичними, міжнародними та іншими чинниками впливу, що актуалізує застосування реінжинірингу як ефективного методу приведення параметрів організаційної системи і її бізнес-процесів до потреб середовища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням питань вдосконалення бізнес-процесів

та, зокрема, реінжинірингу присвячено наукові праці багатьох зарубіжних та вітчизняних вчених, таких як М. Хаммер, Дж. Чампі, Т. Давенпорт, М. Робсон, В. Дідух, І. Іпполітова, А. Козаченко, М. Кривоконь, Т. Лепейко, Л. Таранюк, Г. Усова та інші. Хоча більшість науковців погоджуються, що реінжиніринг є одним із методів підвищення результативності бізнесу шляхом удосконалення бізнес-процесів, проте варіанти його реалізації варіюються від радикальної до локальної трансформації окремих напрямків діяльності, підсистем або соціально-економічної системи в цілому. Аналіз наукових праць свідчить про наявність низки проблемних питань щодо вибору механізму впровадження реінжинірингу залежно від стану досліджуваного об'єкту, які потребують подальшого уточнення і розвитку.

Мета статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження змісту і ролі реінжинірингу в удосконаленні діяльності та процесів управління підприємством, визначення його місця серед методів удосконалення ведення бізнесу, а також обґрунтування доцільності застосування різних методів реінжинірингу залежно від видів та стадій розгортання кризових явищ на підприємстві.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Сучасний процесний підхід до ведення бізнесу передбачає зміщення акцентів з управління підприємством як цілісною системою шляхом використання лінійно-функціональних структур управління до управління підприємством як сукупністю окремих бізнес-процесів.

За визначенням М. Хаммера і Дж. Чампі бізнес-процес – це сукупність різних видів діяльності, в рамках якої на вході використовуються один або більше видів ресурсів, і в результаті цієї діяльності на виході створюється продукт, що представляє цінність для споживача [8]. Призначенням кожного бізнес-процесу є пропозиція клієнту продукту (товару, послуги, роботи), що задовольняє його за вартістю, довговічністю, сервісом та якістю. Змінність середовища, потреба у забезпеченні незворотного якісного зростання результатів ведення бізнесу, ресурсовіддачі від наявних активів та досягнення стратегічних цілей вимагає постійного удосконалення окремих чи усіх бізнес-процесів підприємства.

Існуючі підходи до вдосконалення бізнес-процесів на підприємстві поділяють на 2 групи: поступові (покрокові) та кардинальні (проривні) [2]. У межах кожного підходу залежно від проміжку часу, за який планується втілення і отримання необхідного ефекту від впровадження запланованих заходів, доцільно розмежовувати довгострокові та короткострокові методики поліпшення бізнес-процесів [3, 5].

Перший підхід орієнтований на вдосконалення фрагментарних процесів у рамках функціонально-спеціалізованих структур управління з метою їх уніфікації та стандартизації в рамках ISO і часто реалізується в концепції загального управління якістю (TQM) [2]. При його використанні формують мережу бізнес-процесів, які охоплюють всі види діяльності підприємства, які, проте, прив'язуються до функціональних підрозділів апарату управління. У підсумку не здійснюється відхід від функціональної спеціалізації, а натомість стандарти ISO зміцнюють основу функціонально-ієрархічної моделі управління, часто поглиблюючи проблеми адаптивності, гнучкості та бюрократизації у менеджменті підприємства.

Другий підхід здебільшого орієнтований на внесення значних змін у наявні і проектування нових бізнес-процесів, що відповідатимуть потребам зовнішнього середовища у динаміці. При його реалізації створюють наскрізні бізнес-процеси відповідно до ланцюга цінностей, які супроводжують виготовлення та реалізацію продукту від початкової до кінцевої стадії. Бізнес-процеси не прив'язані до меж функціональних підрозділів та ведуть до створення процесно-орієнтованої структури управління.

Взаємозв'язок названих підходів і методик та їх коротка характеристика наведені у табл. 1.

Вибір певного підходу залежить від сучасного стану та мети вдосконалення бізнес-процесів підприємства. Центральне місце серед проривних методів зміни способу ведення бізнесу, який активно витісняє всі інші, є реінжиніринг бізнес-процесів.

Саме реінжиніринг дає змогу суб'єктам господарювання успішно перемагати не лише у конкурентній боротьбі, а і у протистоянні кризовим явищам. Реінжиніринг бізнес-процесів (РБП) – це сукупність методів і засобів, призначених для кардинального поліпшення основних показників діяльності підприємства шляхом моделювання, аналізу і перепроєктування існуючих бізнес-процесів. Такий підхід забезпечує новий погляд на цілі процесу, повністю ігноруючи існуючий процес і структуру організації. Його інакше називають управлінням з чистого аркуша. Авторами концепції реінжинірингу виступають американські науковці М. Хаммер та Д. Чампі. З їх точки зору, реінжиніринг – це відмова від сталих процедур, свіжий погляд на роботу із створення продукту чи послуги і надання цінності клієнту. Це фундаментальне переосмислення і радикальне перепроєктування бізнес-процесів з метою досягнення істотного поліпшення якості функціонування організації [8]. Ключовими показниками реінжинірингу є оптимізація витрат, підвищення якості, рівня обслуговування та оперативності, що забезпечить бізнесу успіх у перспективі.

Даний підхід використовується в тих випадках, коли процес на теперішній момент настільки застарілий, що не варто навіть намагатись його зберегти або поліпшувати. Підхід використовує можливості, які надаються доступними інструментами процесу, включаючи останні досягнення в сфері механізації, автоматизації та інформаційних технологій і одночасно покращують ці інструменти [8].

В результаті аналізу критичних зауважень на адресу методу з чистого аркуша з'являється новий варіант розуміння РБП, автором якого є Т. Давенпорт [10], який вважав, що перш ніж приступати до проектування нових бізнес-процесів, варто вивчити й виразно уявити собі існуючі на підприємстві на даний момент. Даний підхід, залишаючись радикальним за своєю суттю, сприяє збереженню раціональних існуючих бізнес-процесів чи їх елементів та їх інтегрування у нову бізнес-структуру, що відповідає вимогам часу.

Подальший розвиток поглядів на розуміння РБП призвів до появи його модифікацій. Так, згідно з поглядами П. Морріса, Дж. Брендона [12] та Д. Харрінгтона [11], РБП може концентрувати зусилля на оптимізації не одразу всіх, а лише одного чи декількох бізнес-процесів, що є логічним.

У подальшому проводяться ґрунтовні наукові дослідження, що обґрунтовують механізм здійснення РБП управління [1], РБП персоналу [13] тощо. У будь-якому випадку рушійними силами РБП за М. Хаммером виступають клієнти, конкуренція та зміни [7].

Критерієм ефективності ведення бізнесу у сучасних умовах є не просто виконання функцій управління, а орієнтація на якісну реалізацію бізнес-процесів.

У першопочатковому розумінні у РБП вкладався антикризовий зміст. Проте на сьогодні його вважають необхідним чи доцільним для застосування в організаціях:

1) які знаходяться на грані банкрутства, як один із варіантів санації та відновлення життєздатності;

2) які є успішно функціонуючим сьогодні, але прогнозують погіршення стану справ за рахунок дій конкурентів, зміни вимог клієнтів, зміни економічного

оточення і ін.;

3) є лідерами у своїй галузі, не мають проблем зараз, не прогнозують їх в близькому майбутньому. Це організації, які, ставлячи за мету зберегти першість, за рахунок РБП прагнуть зробити прорив у розвитку.

Таблиця 1

**Загальна характеристика підходів і методів удосконалення бізнес-процесів на підприємстві
(сформовано на основі [2], [7], [8], [9])**

Методи за часом здійснення	Назва методу	Загальна характеристика методу
Поступовий (покроковий) підхід до вдосконалення БП		
Коротко-строкові	Ідеалізації	відповідно до системного підходу має в основі поняття ідеальної системи і полягає в спробі виробити ідеальні бізнес-процеси в організації з врахуванням здійснюваного виду діяльності і вимог середовища
	Статистичного управління процесами	передбачає виділення чинників, що впливають на ефективність управління процесами бізнесу і розподіл їх на дві групи: чинники, що викликають хронічну варіацію процесу бізнесу; чинники, що викликають спорадичну варіацію.
	Структуризації функцій якості	дозволяє визначати і аналізувати взаємозв'язки між вимогами і засобами їх задоволення. Реалізується шляхом побудови спеціальної таблиці (так званого будинку якості), в якій накопичуються отримані результати оцінювання процесів бізнесу досліджуваного підприємства.
Довго-строкові	Аналіз робочих осередків	полягає в чіткому визначенні технічних вимог до виробу або послуги, які необхідні для внутрішнього або зовнішнього споживача.
	Інжиніринг	метод проектування бізнес-процесів новостворюваних організацій або бізнес-процесів нових видів бізнесу в існуючих організаціях з урахуванням передового досвіду і принципу оптимальності в управлінні процесами
Кардинальний (проривний) підхід до вдосконалення БП		
Коротко-строкові	Швидкий аналіз рішення (FAST)	концентрує увагу на певному процесі для визначення способів його оперативного поліпшення. В основі FAST-аналізу лежать інтуїтивні методи прийняття рішення та методи колективної генерації ідей (метод мозкового та синектичного штурму, метод Дельфі...). Об'єктами удосконалення при його застосуванні найчастіше виступають витрати та тривалість процесів.
Довго-строкові	Перепроєктування бізнес-процесів	концентрує увагу на вдосконаленні існуючого процесу. Застосовують до тих процесів, які на даний момент є успішно функціонуючими, але вимагають корекції у зв'язку із зміною вимог і потреб споживача. При перепроєктуванні процесу розробляється імітаційна модель його поточного стану. Нерідко перепроєктування процесу проводять паралельно з бенчмаркінгом, щоб перепроєктований процес не виявився гірше від еталона.
	Бенчмаркінг	базується на порівняльному аналізі господарських процесів організації з еталонними процесами провідних організацій, що виконують однакові або схожі процеси. Метою бенчмаркінгу є визначення причин кращого функціонування бізнес-процесів еталонних організацій та запобігання небажаних розбіжностей з ними в організаціях, що проводять дослідження. Бенчмаркінг найчастіше застосовують для покращення локальних (фрагментарних) та інтеграційних процесів організації.
	Реінжиніринг бізнес-процесів	сукупність методів і засобів, призначених для кардинального поліпшення основних показників діяльності підприємства шляхом моделювання, аналізу і перепроєктування існуючих бізнес-процесів

Стан підприємства, як об'єкту РБП, став основою для виділення реінжинірингу розвитку та антикризового (кризового) реінжинірингу [2, 4].

РБП розвитку застосовується, коли підприємство починає функціонувати в стадії стагнації, погіршується динаміка розвитку, випереджають конкуренти. Спрямований на охоплення перспективних сегментів ринку, розширення масштабів бізнесу, перехід від суб'єктивних методів управління до регламентованого механізму підготовки й прийняття управлінських рішень, створення унікальних конкурентних переваг.

Антикризовий (кризовий) реінжиніринг

передбачає вирішення суттєвих проблем підприємства, коли виникають збитки, і потрібний комплекс заходів, які дозволять ліквідувати джерела захворювання, спрямований на посилення конкурентних переваг підприємства, радикальні перетворення у всіх сферах діяльності підприємства в умовах кризи.

У цьому контексті логічним буде говорити про різні види антикризового РБП залежно від стадії розгортання кризи. – кризове явище, локальна криза чи кризовий стан. Загальна характеристика стадій розгортання кризи, ознаки її прояву та відповідні варіанти удосконалення бізнес-процесів відображені в таблиці 2.

Таблиця 2

Стадії розгортання кризи та варіанти удосконалення бізнес-процесів на підприємстві

Стадії розгортання кризи	Загальна характеристика стадії	Варіанти удосконалення бізнес-процесів
Кризове явище	стале погіршення окремого кількісного або якісного показника функціонування підприємства, яке справляє локальний та несуттєвий негативний вплив на процеси його життєдіяльності.	Як правило, потреба у РБП відсутня. Застосовується поточне удосконалення бізнес-процесу, який викликає кризові явища, - основного, супутнього, допоміжного, забезпечувального, процесів управління та розвитку.
Локальна криза	сукупність кризових явищ, що мають автономну сферу прояву, виникли в окремій підсистемі підприємства (у межах окремих елементів, функцій, процесів) і мають суттєвий негативний вплив, але не порушують життєдіяльність підприємства в цілому	Доцільність та спосіб РБП залежить від міри впливу локальної кризи на життєздатність підприємства як суб'єкта бізнесу. Якщо недосконалість бізнес-процесу викликає загрозу функціонуванню соціально-економічної системи, <u>застосовується реінжиніринг</u> , але не всього підприємства, а лише <u>окремих бізнес-процесів</u> (напр. РБП управління, РБП персоналу, РБП виробництва тощо)
Системна криза (кризовий стан)	це критична за наслідками сукупність кризових явищ та сфер їх прояву, наявність якої призводить до порушення життєздатного стану та кінцевої економічної загибелі підприємства (примусової чи самостійної ліквідації).	<u>Існує нагальна потреба у РБП</u> як спосіб виведення підприємства з кризи. РБП може носити різний характер: 1) за ступенем радикальності – еволюційний або революційний; 2) за напрямом змін – внутрішній або зовнішній; 3) за способом здійснення – прямий або зворотний.

Доцільність здійснення РБП визначається на основі діагностики стану, параметрів прогресивності наявних бізнес-процесів, які є середовищем появи кризових явищ. Діагноз джерела захворювання є підставою для вибору:

- поточного удосконалення бізнес-процесу (табл. 1);
- його повного перепроєктування – реінжинірингу.

Проведений аналіз змісту економічної категорії РБП та її зв'язку з стадіями розгортання кризи дає можливість говорити про взаємозв'язок між РБП та стадіями життєвого циклу організації.

На цьому ж наголошують і деякі науковці, виділяючи відповідні до певних стадій життєвого циклу (зростання, зрілості, спаду та відродження) види реінжинірингу [1]. Погоджуємось з думкою авторів, проте виникає логічне запитання щодо адекватності

віднесення перманентних змін, які є актуальним для будь-якого підприємства на стадії розвитку та зрілості до категорії реінжинірингу. Певні аспекти діяльності постійно потребують істотного удосконалення, але, нашу думку, лише якщо вони носять радикальний характер та суттєво змінюють метод, підхід, основу вирішення проблеми, то тоді це буде РБП. У інших випадках мова йтиме лише про поточне удосконалення існуючих бізнес-процесів.

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Реінжиніринг виступає ефективним методом вдосконалення організації та ведення бізнесу шляхом радикальної перебудови бізнес-процесів, який дозволяє підняти підприємству на якісно новий рівень розвитку, вивести його на нову траєкторію руху у

довгостроковій перспективі. Своєчасне виявлення джерел виникнення проблем та ідентифікація стадії розгортання кризових явищ на підприємстві дозволить обрати правильний варіант удосконалення бізнес-процесів – поточну оптимізацію чи кардинальне перепроектування, тобто реінжиніринг.

Перспективами подальших досліджень у даному напрямі є розроблення системи індикаторів доцільності впровадження РБП окремих бізнес-процесів при наявності локальної кризи на підприємстві, а також показників оцінки ефективності його здійснення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дідух, В. В. Реінжиніринг бізнес-процесів управління машинобудівних підприємств: дис... канд. екон. наук : спец. 08.00.04 / В. В. Дідух. – К., 2016. – 230 с.
2. Іпполітова, І. Я. Ефективність здійснення реінжинірингу бізнес-процесів на підприємстві / І. Я. Іпполітова // Глобальні та національні проблеми економіки. – Вип. 13, 2016. – С. 264-270.
3. Козаченко, А. В. Практичні підходи до поліпшення бізнес-процесів [Електронний ресурс] / А. В. Козаченко. – Режим доступу: <http://www.elitarium.ru>.
4. Кривоконь, М. О. Методологічні підходи до трактування поняття реінжинірингу в економіці / М. О. Кривоконь // Молодий вчений. – № 2 (17). – лютий, 2015 р. – С. 129-132.
5. Лепейко, Т. І. Реінжиніринг бізнес-процесів: [навчально-практичний посібник у схемах і таблицях] / Т. І. Лепейко, А. В. Котлик. – Харків: ХНЕУ, 2009. – 80 с.
6. Таранюк, Л. М. Методологія реінжинірингу бізнес-процесів промислових підприємств / Л. М. Таранюк // Механізм регулювання економіки. – 2011. – № 1. – С. 111-119.
7. Хаммер, М. Бізнес в ХХІ столітті: повестка дня / М. Хаммер; [пер. с англ.]. – М.: ООО Издательство Добрая книга, 2005. – 336 с.
8. Хаммер, М. Реінжиніринг корпорації. Манифест революції в бізнесі / М. Хаммер, Дж. Чампи. – Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2005. – 288 с.
9. Харрінгтон, Дж. Оптимізація бізнес-процесів (документування, аналіз, управління, оптимізація) / Дж. Харрінгтон, К. С. Есселінг, Харм Ван Нимвеген. – СПб.: Изд-во Азбука, 2002. – 328 с.
10. Davenport, T. H. Process innovation: reengineering work through information technology / T. H. Davenport. – Boston, MA: Harvard Business School Press, 1993. – 337p.
11. Harrington, H. J. Total improvement management: the next generation in performance improvement / H. J. Harrington, J. S. Harrington. – N.Y.: McGraw-Hill Inc., 1995. – 476 p.
12. Morris, D. Reengineering your business / Daniel Morris, Joel Brandon. – Europe: Mc Graw Hill, Inc., 1994. – 247 p.
13. Radosevic, Milan. Implementation of Business Process Reengineering in Human Resource Management / M. Radosevic, M. Baosic, M. Caric, V. Jovanovic // Inzinerine Ekonomika – Engineering Economics. – 2014, 25(2) – p. 211-222.

REFERENCES

1. Diduh, V. V. (2016). Reinzhyrnyng biznes-procesiv upravlinnja mashynobudivnyh pidpryjemstv [Reengineering of business processes of management of machine-building enterprises] (PhD Thesis), Kyiv, NTUU «KPI», 230 [in Ukrainian].
2. Ippolitova, I. Ja. (2016). Efektyvnist' zdijsnennja reinzhyrnyngu biznes-procesiv na pidpryjemstvi [Efficiency of reengineering business processes at the enterprise]. Global'ni ta nacional'ni problemy ekonomiky, 13, 264-270 [in Ukrainian].
3. Kozachenko, A. V. Praktychni pidhody do polipshennja biznes-procesiv [Practical approaches to improving business processes]. Retrieved from: <http://www.elitarium.ru> (accessed 5.10.2018) [in Ukrainian].
4. Kryvokon', M. O. (2016). Metodologichni pidhody do traktuvannja ponjattja reinzhyrnyngu v ekonomici [Methodological approaches to the interpretation of the concept of reengineering in the economy]. Molodyy vchenyy, 2 (17), 129-132 [in Ukrainian].
5. Lepejko, T. I., Kotlyk, A. V. (2009). Reinzhyrnyng biznes-procesiv: navchal'no-praktychnyj posibnyk u shemah i tablycjah [Reengineering of business processes: practical manual in charts and tables]. Harkiv: HNEU [in Ukrainian].
6. Taranjuk, L. M. (2011). Metodologija reinzhyrnyngu biznes-procesiv promyslovyh pidpryjemstv [Methodology of reengineering of business processes of industrial enterprises]. Mehanizm reguljuvannja ekonomiky, 1, 111-119 [in Ukrainian].
7. Hammer, M. (2005). Byznes v XXI veke: povestka dnja [Business in the 21st Century: Agenda] (transl. from English). Moscow: ООО Yzdatel'stvo Dobraya knyga [in Russian].
8. Hammer, M., Champy, Dzh. (2005). Reinzhyrnyng korporacyy. Manyfest revoljucyy v byznese [Reengineering Corporation. Manifesto of the Revolution in Business]. Moscow: Mann, Yvanov y Ferber. [in Russian].
9. Harryngton, Dzh., Esselyng, K. S., Van Nymvegen Harm. (2002). Optymyzacyja byznes-processov (dokumentyrovanye, analiz, upravljenje, optymyzacyja) [Optimization of business processes (documentation, analysis,

management, optimization)]. SPb.: Yzd-vo Azbuka [in Russian].

10. Davenport, T. H. (1993). Process innovation: reengineering work through information technology. Boston, MA: Harvard Business School Press [in English].

11. Harrington, H. J., Harrington, J. S. (1995). Total improvement management: the next generation in performance improvement. – N.Y.: McGraw-Hill Inc. [in English].

12. Morris, D., Brandon, J. (1994). Reengineering your business. Europe: Mc Graw Hill, Inc. [in English].

13. Radosevic, M., Baosic, M., Caric, M., Jovanovic, V. (2014). Implementation of Business Process Reengineering in Human Resource Management. Inzinerine Ekonomika - Engineering Economics, 25(2), 211-222 [in English].

Лизанец Анжела Гейзовна, Роман Соломия Андреевна. РЕИНЖИНИРИНГ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ КАК МЕТОД СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

Постоянное наращивание конкурентного давления, сокращение жизненного цикла технологий, появление новых товаров и услуг, агрессивное вмешательство информационных технологий в механизм функционирования и развития организаций побуждает бизнес-структуры перманентно перепроектировать существующие бизнес-процессы и подходы к управлению ими путем применения реинжиниринга. Целью статьи является исследование содержания и роли реинжиниринга в совершенствовании деятельности и процессов управления предприятием, определение его места среди методов совершенствования ведения бизнеса, а также обоснование целесообразности применения различных методов реинжиниринга в зависимости от видов и стадий развертывания кризисных явлений на предприятии. Существующие подходы к совершенствованию бизнес-процессов на предприятии делятся на 2 группы: постепенные и кардинальные. Реинжиниринг относится к кардинальным методам изменения способа ведения бизнеса, который позволяет субъектам хозяйствования успешно побеждать не только в конкурентной борьбе, а и в противостоянии кризисным явлениям. В результате эволюции произошло изменение трактовки РБП от технологии «с чистого листа» к современному пониманию, которое предусматривает сохранение рациональных существующих бизнес-процессов или их элементов и их интеграцию в новую бизнес-структуру, отвечающую требованиям времени. Охарактеризованы субъекты реинжиниринга, в качестве которых могут выступать как предприятия в целом на разных стадиях жизненного цикла, так и отдельные бизнес-процессы. Научная новизна исследования заключается в установлении зависимости применяемого вида или метода РБП от стадии развертывания кризиса на предприятии. Практическое значение результатов исследования в том, что своевременное выявление источников возникновения проблем и идентификация стадии развертывания кризиса позволит выбрать правильный вариант усовершенствования бизнес-процессов - текущую оптимизацию или кардинальное перепроектирование, то есть РБП. Перспективами дальнейших исследований в данном направлении является разработка системы индикаторов целесообразности внедрения реинжиниринга отдельных бизнес-процессов при наличии локального кризиса на предприятии, а также показателей оценки эффективности его осуществления.

Ключевые слова: процессный подход к управлению, бизнес-процесс, реинжиниринг бизнес-процессов, реинжиниринг развития, кризисный реинжиниринг, кризис.

Lyzanets Angela G., Roman Solomiya A. REENGINEERING BUSINESS PROCESSES AS A WAY OF IMPROVING BUSINESS

Continuous increase of competitive pressure, shortening of technologies' life cycle, the emergence of new products and services, aggressive interference of IT into the organizations operation and development mechanism, encourages business structures to permanently redesign existing business processes and their managing approaches through reengineering. The purpose of the article is to study the content and role of reengineering in improving the activities and enterprise management processes, to determine its place among methods of improving business and to ground the feasibility of using different reengineering methods, depending on the types and stages of the crisis phenomena development at the enterprise. Existing approaches of improving business processes are divided into 2 groups: gradual and fundamental. Reengineering refers to fundamental methods of changing the way of doing business, which enables business entities not only to win in the competitive struggle, but also to confront crisis phenomena. The evolution of BPR understanding from the «clean sheet» technology to the modern understanding, which involves the preservation of rational existing business processes or their elements and their integration into a new business structure has been revealed. The subjects of reengineering have been characterized: that can be an enterprise at different life cycle stages, as well as individual business processes. The scientific novelty of the article is to determine the dependence of the BPR type or method from the crisis stage at the enterprise. The practical value of the results of the study is that timely detection of problem sources and identification of the crisis stage makes possible to choose the right option for improving business processes - current optimization or radical redesign, that is, BPR. Prospects for further research in this area are the formation of feasibility indicators of introducing individual business processes reengineering at local crisis, as well as indicators for estimation of its implementation effectiveness.

Key words: process approach to management, business process, reengineering of business processes, reengineering of development, crisis reengineering, crisis.

Одержано 13.10.2018 р.

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ В ПРОЦЕСІ ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВА

З розвитком технологій Інтернету і настанням цифрової епохи в економіці змінюються механізми і структура маркетингових комунікацій. Взаємодія сучасних фірм з клієнтами, контрагентами, інвесторами, громадськими та урядовими організаціями, колективом носить дво- і багатосторонній характер; індивідууми, складові цільові аудиторії компаній, інші учасники ринку є активною стороною у взаємовідносинах з компанією. Позитивна динаміка проникнення мережі Інтернет обумовлює зростання її ролі в сучасному бізнесі. Інтернет дозволяє оперативно збирати дані про споживачів, досліджувати їхні звички і уподобання постійно зростаючої групи людей, які проводять більшу частину часу онлайн. Це змушує маркетингове середовище переглядати підходи до інтегрованих маркетингових комунікацій. Більшість підприємств створили сайти і просувають свої товари і послуги за допомогою маркетингових комунікацій Інтернету, а наукові дослідження в сфері інтернет-маркетингу мають велике практичне значення. Структура маркетингових комунікацій Інтернету в сучасних умовах має значну динаміку, регулярно з'являються нові інструменти комунікаційного впливу. В умовах, коли споживачі є активною стороною на ринку і, крім офіційної інформації, активно вивчають публікації про товар або фірму в Інтернет-ЗМІ, знайомляться з думками блогерів та учасників соціальних мереж, зростає роль маркетингової комунікаційної діяльності у відкритих Інтернет-спільнотах в системі маркетингових комунікацій Інтернету. Передусім мова йде про маркетингові комунікації у соціальних мережах. Таким чином, проблему вдосконалення існуючої моделі просування і впровадження нового механізму для підвищення ефективності просування товарів і послуг в Інтернет-середовищі можна віднести до категорії постійно актуальних. В статті розглянуті питання просування послуг продукції підприємств в соціальних мережах. Висвітлено зарубіжний та вітчизняний досвід використання інтернет-технологій в маркетинговій комунікаційній діяльності.

Ключові слова. Соціальні мережі, комунікації, споживач, виробник товарів і послуг, взаємовідносини.

ВСТУП

Постановка проблеми. У зарубіжній і вітчизняній науковій літературі та на практиці приділяється багато уваги проблемам впровадження інтернет-технологій в системі управління підприємствами, управлінню маркетинговою діяльністю. Науковцями досліджується як практичний досвід запровадження інформаційних технологій, так і вплив цих процесів на формування суспільних взаємовідносин, досліджуються, виявляються та узагальнюються теоретико-методологічні проблеми, їх врахування в теорії і практиці управління маркетинговою діяльністю підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Просування товарів та послуг в інтернет-середовищі стало предметом дослідження як зарубіжних, так і вітчизняних науковців. Серед зарубіжних найбільш вагомими є дослідження Р. Беста, Ф. Котлера, Ф. Ковацци, М. Стівенса та ін. Вітчизняні науковці, які займаються цими проблемами, є М. Окландер, С. Ілляшенко, І. Літовченко. І. Решетнікова, Л. Балабанова та ін.

Мета статті (постановка завдання). Метою статті є узагальнення методологічних підходів та практичного досвіду з проблем використання соціальних мереж в просуванні товарів і послуг на ринку України.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

На сьогодні основна функція Інтернету для

користувачів трансформується з пошуку інформації в середовище соціальної взаємодії. Цьому сприяють особливості гіпермедійного простору Інтернет, а саме його інтерактивність, постійна присутність та активність учасників цього середовища.

Формування суспільної думки, у тому числі і іміджу підприємств, образів брендів і товарів, в Інтернет мережі відбувається у процесі взаємодії учасників середовища, і якщо компанія не займається здійсненням комунікаційної діяльності, формуванням зазначених образів відбувається під впливом зовнішніх чинників. Саме для цього слід долучати споживачів до комунікаційної діяльності компанії.

Ще однією причиною важливості залучення споживачів у процес комунікаційної діяльності є те, що суб'єкти функціонують в Інтернеті безперервно, у режимі реального часу, відповідно, зміни інформаційного середовища відбуваються постійно і підприємствам досить складно самостійно управляти інформаційним потоком стосовно їх товарів, послуг та брендів. У цьому випадку застосування сучасних маркетингових технологій, таких як краудтехнології, надає можливість впливати та формувати бажаний інформаційний простір шляхом залучення споживачів у комунікаційний процес.

Ефективною площиною для взаємодії зі споживачем стають соціальні мережі. Західні компанії розуміють, що соціальні мережі мають значний потенціал з точки зору комунікаційної діяльності в Інтернет. Вони також наділяють соціальні мережі функцією поінформованості споживача про продукт чи бренд та в якості доповнення до основної рекламної

кампанії. Так, самі керівники компаній зазначили, що однією з основних переваг, що надають підприємству соціальні мережі, є посилення впливу маркетингової кампанії. Просування в соціальних мережах призводить до збільшення трафіку та донесенню до споживача основних вигод від продукту або послуги.

Для порівняння розглянемо результати дослідження керівників українських компаній, як саме вони розглядають цілі використання корпоративних сторінок у соціальних мережах. Третина українських підприємств розглядає можливість продажу товарів та послуг засобами соціальних мереж і лише 20% розглядають можливість налагодження комунікації зі споживачем у соціальних мережах. Тобто, вітчизняний ринок ще не повністю усвідомив потенціал соціальних мереж у маркетинговій комунікаційній діяльності в Інтернеті. Окрім традиційних Facebook та Twitter, чия популярність постійно збільшується, зростає також частка Youtube та нових соціальних мереж типу Instagram, що цілком прогнозовано з огляду на

зростання їх популярності серед користувачів.

Причому, вплив комунікацій через ту чи іншу мережу залежить не лише від охоплення аудиторії, а й від цільового ринку. Так, на промисловому ринку більший вплив має комунікація у професійній мережі LinkedIn, а на споживчому Facebook [1, с. 331].

Отже, можна зробити висновок, що зарубіжні підприємства розглядають соціальні мережі та можливості, які вони відкривають як досить перспективні складові успіху маркетингової діяльності загалом. У той же час, вітчизняні підприємства ще не повною мірою усвідомили доцільність використання соціальних медіа та новітніх Інтернет-технологій у маркетинговій комунікаційній діяльності та не розглядають можливості, які вони відкривають бізнесу. Відповідно, рівень використання Інтернету у маркетингу як споживачами, так і компаніями в Україні та Західній Європі значно відрізняється (таблиця 1).

Таблиця 1

**Порівняльна таблиця використання Інтернет-технологій у країнах
Західної Європи, США та України**

Порівняльна характеристика	Західна Європа та США	Україна
Рівень проникнення Інтернету	Високий. Покриває усі вікові та соціальні групи.	Середній. Переважає молода аудиторія та міське населення.
Цілі використання Інтернету споживачами	Пошук контенту, здійснення покупок у рівній пропорції	Пошук контенту, тенденція до збільшення покупок онлайн
Точка виходу в Інтернет	Персональні комп'ютери, смартфони та планшети. Використовують декілька пристроїв одночасно	Переважають стаціонарні комп'ютери
Рівень проникнення соціальних мереж	Високий. Переважають мережі Facebook, Twitter	Середній. Переважають локальні мережі Odnoklassniki, VKontakte
Динаміка ринку Інтернет-реклами	Позитивна. Збільшується за рахунок соціальних мереж	Позитивна. Збільшується за рахунок всіх Інтернет- маркетингових інструментів
Причини зростання ринку	Розуміння потреб споживачів, зміни їх купівельної поведінки	Відносна дешевизна Інтернету порівняно з традиційними каналами комунікацій
Активність компаній в мережі Інтернет	Висока. Використовують значну кількість інструментів роботи зі споживачами	Середня. Використовують Інтернет переважно для внутрішньо-фірмової комунікації, пошуку інформації, однак не спілкуються зі споживачами
Контент у соціальних мережах	Висока якість контенту, діалог зі споживачем. Реалізують професійні підрядники	Переважає низька якість контенту через непрофесійність підрядників. Ведуть роботу у соціальних мережах самостійно

Джерело: сформовано автором

В процесі аналізу викладеного в табл. 1 матеріалу можна зробити узагальнюючий висновок, що на українському ринку компанії досить мало уваги приділяють просуванню у соціальних мережах, незважаючи на наявність власних сторінок у Facebook.

Соціальною мережею вважається програмне забезпечення в Інтернеті, що надає змогу користувачам створювати власні профілі та зв'язуватися з учасниками у віртуальному просторі. Виділяють неспеціалізовані та спеціалізовані соціальні мережі. До неспеціалізованих мереж чи мереж загального профілю відносять віртуальні співтовариства, що не

мають тематичної спеціалізації. До спеціалізованих співтовариств відносять віртуальні об'єднання, які зацікавлені у придбанні та розвитку знань у певній сфері.

Вітчизняні науковці тематично класифікують соціальні мережі таким чином:

1) загальнотематичні й мережі дозвілля (MySpace, Youtube, Мой мир, Mail.Ru тощо) – спілкування без спеціалізації соціальної мережі (можливості створювати власні спільноти за інтересами, веб-сайти з форумами, вести блоги, чати, розміщати музику, фото- і відеоматеріали, мережні

ігри тощо);

2) навчальні, соціалізуючі (wikipedia.org, LiveLib, Моя бібліотека, RusEdu тощо) – соціальні мережі, які допомагають у навчанні, надають можливість ознайомитись з науковими працями (рефератами, курсовими роботами, авторефератами), можливість користуватися електронними бібліотеками, можливість брати участь в Інтернет-конференціях, можливість користуватися соціальним досвідом тощо;

3) «однокласники» (Classmates, Facebook, Odnoklassniki, V Kontakte тощо) – спілкування з однокласниками, друзями, знайомими, родичами (можливість відновити спілкування зі старими знайомими, друзями, товаришами не тільки за допомогою мережі, а й у повсякденному житті; завести нових друзів; розширити комунікативні зв'язки тощо);

4) ділові (LinkedIn, Atlaskit, MoiKrug.ru, Profeo) – бізнес-проекти, пошук роботи, пошук партнерів, власне робота (можливість створення портфоліо, пошуку партнерів і клієнтів, розширення кола професійного спілкування, можливість ділитися власним досвідом у середовищі особистого професійного блогу, ділових контактів, пошук втрачених зв'язків, рекрутинг, продаж товарів тощо);

5) політичні (Politiko, Politiki.tv, Соратники.ru),

що об'єднують політиків, експертів, журналістів, лідерів партій та виборців у межах одного співтовариства (створення умов для політичної і суспільної діяльності онлайн: спілкування в групах, ведення блогу, дискусії, можливість оцінити діяльність партій і політиків тощо);

6) мережі, об'єднані навколо проблематики дому і родини (Ancestry.com, Geni.com, Юмама, Дневник для молодой мамы, DrugMe.ru та ін.), що сконцентровані тематично на проблемах сімейних зв'язків, домашньої тематики (можливість об'єднання людей на основі родинних зв'язків, пошук рідні, побудова власного генеалогічного дерева, встановлення зв'язків з друзями родини тощо);

7) релігійні мережі (MyChurch, Faithbook, Гефсимания та ін.) – тематичні соціальні мережі релігійного спрямування (можливість створення власної церкви, пошук однодумців у цій сфері, поширення своїх поглядів через ведення блогів, планування і проведення спільних заходів тощо) [2, с. 101].

Французький аналітик Ф. Кавацца [3], який щороку проводить аналіз соціальних медіа, розділив їх на 7 категорій за функціональним критерієм (таблиця 2).

Таблиця 2

Класифікація соціальних медіа за Ф. Кавацца

Група	Підгрупа	Приклад
Сервіси для публікації текстів	мікроблоги	Twitter
	стрічки новин	FriendFeed, Tumblr, Posterous
Сервіси для розповсюдження контенту	фото	Instagram, Flickr, Picasa
	відео	YouTube, DailyMotion, Vimeo
	музика	Last.fm, Spotify
	документи	SlideShare
Сервіси, пов'язані з комерційною діяльністю		Blippy, Groupon, LivingSocial
Геолокаційні сервіси		Foursquare, Gowalla, Facebook Places, Google Places
Соціальні мережі	професійних контактів	LinkedIn
	для знайомств	Badoo
	«традиційні мережі»	Facebook, MySpace, Вконтакте

Джерело: сформовано автором на основі [3]

Існують й інші класифікації соціальних мереж, їх кількість постійно збільшується, з'являються нові сервіси та функції, що розширюють їх використання.

Спільноти, що утворюються та функціонують в мережі є дещо ширшим поняттям, ніж соціальні мережі, оскільки Інтернет-спільноти можуть формуватися на основі різноманітних сервісів Інтернет-середовища та характеризуватися соціальною взаємодією їх учасників.

Наведемо характеристики основних світових соціальних мереж.

Мережа Facebook. Ця соціальна мережа дозволяє створити профіль користувача з фотографією та інформацією про себе, запрошувати друзів, обмінюватися з ними повідомленнями, змінювати свій статус, залишати повідомлення на свій і чужій «стінах», завантажувати фотографії і відеозаписи, створювати групи (співтовариства за інтересами).

Поширена серед коледжів і університетів більшості англомовних країн. Є першою за популярністю соціальною мережею у світі [4, с. 186].

Twitter – система, що дозволяє користувачам відправляти короткі текстові замітки (до 140 символів), використовуючи веб-інтерфейс, SMS, засоби миттєвого обміну повідомленнями або сторонні програми-клієнти. Характерною рисою Twitter є публічна доступність розміщених повідомлень; це називається мікроблогінгом.

Instagram – безкоштовний додаток обміну фотографіями та відео, який дозволяє користувачам робити фотографії та відео, застосовувати до них фільтри, а також поширювати їх через свій сервіс і ряд інших соціальних мереж. Є одним з самих популярних додатків у мистецтві айфонографії.

Yelp (від творців PayPal) – це мережа для пошуку на місцевому ринку різноманітних послуг,

зокрема: піцерій, кафе тощо; створений, щоб допомагати шоперам приймати рішення, показуючи їм відгуки інших користувачів, з можливістю додавати і переглядати рейтинги та огляди цих послуг.

LinkedIn – відповідно до опитувань, найбільш популярна бізнес мережа, мета LinkedIn – об'єднати колег і партнерів по бізнесу, допомогти знайти нових. З кількістю користувачів близько 5 мільйонів LinkedIn залишається популярним серед бізнес аудиторії.

Google+ – проект соціальної мережі від компанії Google. Сервіс надає можливість спілкування через інтернет за допомогою спеціальних компонентів: Кола, Теми, Відеозустрічі, Мобільна версія.

Foursquare, Swarm – соціальні мережі з функцією геопозиціонування, які дають змогу користувачу, не виходячи з офісу, побачити, як з висоти пташиного польоту, де розташовуються люди. За допомогою Swarm користувачі відзначаються – чекіняться («check in») у громадських місцях, використовуючи свої смартфони. А за допомогою Foursquare користувачі мають можливість

рекомендувати місця для відвідування та побачити рекомендації інших користувачів. Ці додатки стають все більш популярними геолокаційними сервісами, які вже зараз налічують понад 55 млн. користувачів по всьому світу.

Для дослідження специфіки сторінок, груп та контенту у соціальних мережах обрано такі електронні соціальні мережі як: Facebook, Vkontakte, Odnoklassniki, Google + та Twitter. А також дві ділові електронні соціальні мережі, LinkedIn і «Партнерство в навчанні».

Кожна з перелічених соціальних мереж має свої властивості у контенті.

Отже, можливості використання соціальних мереж є різноманітними з точки зору їхніх властивостей та можливостей створювати групи, розміщувати контент та поширювати його. Також вагомим значення мають професійні соціальні мережі з точки зору властивостей сторінок та груп, які в них створюються. Розглянемо деякі з них (таблиця 3).

Таблиця 3

Ділові соціальні мережі

Властивості	Назва мережі	
	LinkedIn	«Партнерство у навчанні» (Microsoft)
Тип мережі	Ділова мережа (мережа професійних контактів)	Наукова, освітня мережа
Зручний інтерфейс (захист приватних даних від несанкціонованого вторгнення, конфіденційність, можливість блокування тощо)	+	+
Обов'язковість реєстрації	+	+
Можливість перегляду власних публікацій і публікацій друзів	+	+
Можливість розподіляти друзів на відповідні групи	+	-
Можливість створення віртуальних тематичних товариств або приєднання до існуючих	+	+
Можливість проведення опитувань і конкурсів	+	+
Можливість розміщення великих за обсягом даних (відео, мультимедійні презентації, фото тощо).	-	-
Різноманітні додатки, у тому числі онлайн ігри	+	+
Пошук вакансій	+	-

Джерело: сформовано автором

Отже, наведені ділові соціальні мережі можуть бути корисними для працівників будь-якого профілю, оскільки надають можливість знайти однодумців (колег), спільними зусиллями розв'язати певну професійну проблему, обмінюватись власним досвідом з колегами тощо [5, с. 65].

Слід зазначити, що у кожній соціальній мережі є низка можливостей:

- швидкий пошук однодумців;
- спілкування з друзями, родичами, знайомими, які знаходяться на відстані;
- можливість самовираження, реалізації творчого потенціалу;
- читання новин і їх коментування;
- обговорення різноманітних тем;
- допомога в організації професійної діяльності;
- розміщення реклами;

– розміщення й отримання потрібних відомостей щодо різноманітних подій;

– можливість надання соціальних послуг через мережу (збирання коштів, речей, матеріалів для соціальної допомоги хворим, малозабезпеченим, соціально незахищеним людям тощо).

Також існують можливості створення безкоштовної персональної сторінки, наявність зареєстрованих користувачів, значна кількість додаткових сервісів, використовуючи які користувач має можливість урізноманітнювати власний віртуальний простір.

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Проаналізувавши різноманітні можливості, що

надає Інтернет, зокрема, у соціальних мережах, стає очевидним, що маркетингова діяльність в умовах цього середовища, потребує від підприємств гнучкості та мобільності, здатності до пристосування у високо динамічному середовищі. Маркетингові інструменти мають бути спрямовані не лише на традиційного споживача, а й на нового споживача в динамічному Інтернет-середовищі.

Змінюється характер взаємовідносин за рахунок часу спілкування, поглиблення індивідуалізації потреб і попиту, характер спілкування між замовником (споживач) і виконавцем (виробник товарів і послуг) стає віртуальним, Прискорюється виконання замовлення, прискорюється також реакція виконавця замовлення на можливі вимоги споживача до якості, кількості, змісту/програми замовлення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Лук'янець, Т. І. Маркетингова політика комунікацій: навч. посіб. 2-ге вид. доп. і переробл. / Т. І. Лук'янець. – К.: КНЕУ, 2004. – 524 с.
2. Халилов, Д. Маркетинг в социальных сетях / Д. Халилов. – 2-е изд. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 240 с.
3. Wikipedia.com
4. Кожухівська, Р. Б. Інтегровані маркетингові комунікації та Інтернет / Р. Б. Кожухівська // Наука і економіка: Науково-теоретичний журнал Хмельницького економічного університету. – Хмельницький, 2009. – Вип. 3 (15). – Т.1. – С. 185-189.
5. Ілляшенко, С. М. Сучасні тенденції застосування Інтернет-технологій у маркетингу / С. М. Ілляшенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – Т. 2. – № 4. – С. 64-74.

REFERENCES

1. Luk'janec', T. I. (2004). Marketyngova polityka komunikacij [Marketing Communications Policy]. Kyi'v: KNEU [in Ukrainian].
2. Halylov, D. (2014). Marketyng v socyjal'nyh setjah [Social Media Marketing]. Moskva: Mann, Yvanov y Ferber [in Russian].
3. Wikipedia.com.
4. Kozhuhivs'ka, R. B. (2009). Integrovani marketyngovi komunikacii' ta Internet [Integrated marketing communications and the Internet]. Nauka i ekonomika: Naukovo-teoretychnyj zhurnal Hmel'nyc'kogo ekonomichnogo universytetu – Science and Economics, 3 (15), 185-189 [in Ukrainian].
5. Iljashenko, S. M. (2011). Suchasni tendencii' zastosuvannja Internet-tehnologij u marketyngu [Modern lines of application of Internet technologies in marketing]. Marketyng i menedzhment innovacij – Marketing and Management of Innovations, 4, 64-74 [in Ukrainian].

Пилипчук Владимир Петрович. СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ В ПРОЦЕССЕ ПРОДВИЖЕНИЕ УСЛУГ ПРЕДПРИЯТИЯ

С развитием технологий Интернета и наступлением цифровой эпохи в экономике меняются механизмы и структура маркетинговых коммуникаций. Взаимодействие современных фирм с клиентами, контрагентами, инвесторами, общественными и правительственными организациями, коллективом носит двух- и многосторонний характер; индивидуумы, составляющие целевые аудитории компаний, другие участники рынка является активной стороной во взаимоотношениях с компанией. Положительная динамика проникновения сети Интернет обуславливает возрастание ее роли в современном бизнесе. Интернет позволяет оперативно собирать данные о потребителях, исследовать их привычки и предпочтения постоянно растущей группы людей, которые проводят большую часть времени онлайн. Это заставляет маркетологов пересматривать подходы к интегрированным маркетинговым коммуникациям. Большинство предприятий создали сайты и продвигают свои товары и услуги с помощью маркетинговых коммуникаций Интернета, а научные исследования в сфере интернет-маркетинга имеют большое практическое значение. Структура маркетинговых коммуникаций Интернета в современных условиях имеет значительную динамику, регулярно появляются новые инструменты коммуникационного воздействия. В условиях, когда потребители является активной стороной на рынке и, кроме официальной информации, активно изучают публикации о товаре или фирме в Интернет-СМИ, знакомятся с мыслями блогеров и участников социальных сетей, возрастает роль маркетинговой коммуникационной деятельности в открытых Интернет-сообществах в системе маркетинговых коммуникаций Интернета. Прежде всего речь идет о маркетинговых коммуникациях в социальных сетях. Таким образом, проблема совершенствования существующей модели продвижения и внедрения нового механизма для повышения эффективности продвижения товаров и услуг в Интернет-среде можно отнести к категории постоянно актуальных. В статье рассмотрены вопросы продвижения услуг продукции предприятий в социальных сетях. Освещены зарубежный и отечественный опыт использования интернет-технологий в маркетинговой коммуникационной деятельности.

Ключевые слова. Социальные сети, коммуникации, потребитель, производитель товаров и услуг, взаимоотношения.

Pylypchuk Volodymyr P. SOCIAL NETWORKS IN THE PROCESS OF PROMOTION OF THE ENTERPRISE SERVICES

With the development of Internet technologies and the onset of the digital era in the economy, the mechanisms and structure of marketing communications are changing. The interaction of modern firms with clients, contractors, investors, public and governmental organizations, the team is two-and multilateral; individuals, components of target audiences companies, other market participants are an active part in the relationship with the company. Positive dynamics of the Internet penetration causes growth of its role in modern business. The Internet allows to quickly collect data about consumers, explore their habits and preferences of an ever-expanding group of people who spend most of their time online. This makes marketers look at approaches to integrated marketing communications. Most businesses have set up sites and promote their products and services through Internet marketing communications, and research in the field of Internet marketing is of great practical importance. The structure of Internet marketing communications in modern conditions has a significant dynamics, new tools of communication influence regularly appear. In a situation where consumers are active in the market and, in addition to official information, are actively studying publications on the product or company in the Internet media, get acquainted with the views of bloggers and social networking participants, the role of marketing communication activities in the open Internet communities in the marketing system Internet communications. First of all we are talking about marketing communications in social networks. Thus, the problem of improving the existing model of promotion and introduction of a new mechanism for improving the efficiency of the promotion of goods and services in the Internet environment can be categorized as constantly relevant. In the article the questions of promotion of enterprises products in social networks have been considered. The foreign and national experience of using Internet technologies in marketing communication activity has been highlighted.

Keywords: social networks, communications, consumer, manufacturer of goods and services, relationships.

Одержано 12.10.2018 р.

Стадник Валентина Василівна,

д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту,
адміністрування та готельно-ресторанної справи

Йохна Віталій Миколайович,

к. е. н., старший науковий співробітник,

Чуняк Ольга Валеріївна,

аспірантка кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Хмельницький національний університет

НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ ПРАКТИЧНОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВ В СТРАТЕГІЯХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Реалізація стратегій інноваційного розвитку має забезпечувати зростання економічного потенціалу підприємства та його конкурентоспроможності на тих сегментах ринку, які визначено його стратегічними планами. Для багатьох вітчизняних промислових підприємств такими планами передбачено вихід на ринки розвинених країн. Їх реалізація ускладнюється обмеженими фінансовими можливостями підприємств. Це робить проблематичним залучення передових технологій, необхідних для приведення їх виробничих систем у відповідність до міжнародних стандартів діяльності і актуалізує проблему формування практичного інструментарію управління інноваційним розвитком з позицій підтримання фінансово-економічної безпеки підприємства. Мета статті – окреслити основні напрями формування управлінських технологій та практичного інструментарію для підтримання фінансово-економічної безпеки промислових підприємств в процесі реалізації ними стратегій інноваційного розвитку. Аргументовано, що цільовою функцією управління в стратегіях інноваційної розвитку має бути зростання ринкової вартості підприємства – як цілісної бізнес-системи, що може виступати об'єктом купівлі-продажу. Окреслено стратегічні альтернативи інноваційного розвитку машинобудівного підприємства за різних економічних характеристик поточного стану. Для оцінювання ступеня реалізації цільової функції запропоновано використовувати метод розрахунку економічної доданої вартості (EVA). Виділено перелік факторів, вплив яких на EVA залежить від специфіки ринкового середовища, що вимагає їх релевантного використання для прийняття ефективних управлінських рішень. Сформовано авторське бачення взаємопов'язаності інструментів і процедур управління фінансово-економічною безпекою підприємства в стратегіях інноваційного розвитку. Аргументовано, що ефективним інструментом для реалізації цих взаємопов'язаних завдань може бути збалансована система показників. Наведено приблизний перелік сукупності показників для формування такої системи. Перспективами подальших досліджень є встановлення допустимого розкиду (інтервалів) значень показників для функціональних сфер менеджменту з позицій підтримання фінансово-економічної безпеки підприємства на різних стадіях його життєвого циклу.

Ключові слова: інноваційний розвиток, фінансова стійкість, фінансово-економічна безпека, збалансована система показників

ВСТУП

Постановка проблеми. У промисловому секторі України на сьогодні все ще спостерігається складна економічна ситуація, основною причиною якої є тривале політичне і економічне протистояння з Російською Федерацією, внаслідок якого багато промислових підприємств майже повністю втратили традиційні ринки збуту. Підписання Україною угоди про асоціацію з ЄС відкрило перед українськими виробниками можливість виходу на ринки розвинених країн, однак переважна більшість з них виявились не зовсім готовими до цього – адже стандарти якості споживання на ринках розвинених країн значно вищі. Для роботи на цих ринках виробничі системи багатьох виробників потребували суттєвих змін, приведення їх у відповідність до міжнародних стандартів діяльності. Такі зміни охоплюють не лише управління виробничими процесами (зокрема, їх техніко-технологічною складовою), а й стосуються й інших складових бізнес-систем – маркетингу, логістики,

управління інноваціями, тобто – потребують реалізації проектів інноваційного розвитку. Проте реалізація нових проектів ускладнюється тим, що втрата ринків збуту спричиняє значні фінансові проблеми, які порушують фінансову стійкість підприємства і не дають змоги менеджменту акумулювати кошти для переходу на нові стандарти діяльності. З усією гостротою постають питання про його економічну безпеку, яка необхідна для збереження підприємства як учасника ринкових процесів, як суб'єкта господарювання, що виявляє здатність долати ризики інноваційних перетворень і конкурувати з іншими за ринки і ресурси. Багатоаспектність та новизна цих проблем для вітчизняного менеджменту потребує формування ефективних управлінських технологій, насичення їх релевантними поставленим завданням методами й інструментами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питаннями розвитку ефективного управлінського інструментарію для підтримання фінансової стійкості і життєздатності підприємницьких структур в процесі

реалізації інноваційних проєктів та інноваційних стратегій в умовах висококонкурентних ринків приділяється значна увага багатьма сучасними науковцями. Доволі обширно проблематика таких досліджень відображена у роботах таких науковців як Б. Андрушків, А. Гречан, Т. Гринько, П. Григорук, С. Ілляшенко, Н. Кирич, П. Перерва, О. Погойдак, Н. Хрущ та ін. Так, А. Гречан, виокремлюючи проблеми організаційного і економічного характеру в управлінні інноваційним розвитком підприємств, підкреслює, що вони мають розглядатись в комплексі та співвідносно конкретних соціально-історичних умов, в яких реалізуються стратегії інноваційного розвитку [1]; Б. Андрушків із співавторами відводить важливу роль макроекономічній підтримці підприємств-інноваторів – і теж в економічному та організаційному аспектах, яких потребують підприємства в контексті євроінтеграції [2]. Колектив науковців, що представляють одну із наукових шкіл Хмельницького національного університету, сформував науково-методичні основи розробки функціональних стратегій інноваційного розвитку, в яких значна увага відводиться мінімізації інноваційних ризиків та формуванню механізму ризикозахищеності засобами фінансового менеджменту [3].

Усебічні дослідження проблем управління інноваційним розвитком здійснюються науковцями Сумського державного університету. Зокрема, С. Ілляшенко, узагальнюючи результати досліджень останніх років в руслі світових тенденцій особливо виокремлює роль знаннєвої (компетентнісної) компоненти у забезпеченні інноваційного розвитку економічних систем – як на макро-, так і на мікрорівнях [4]. Однак він в основному приділяє увагу маркетинговій складовій системи менеджменту, яка виступає основою інноваційного пошуку (винахідництва) у сфері діяльності підприємства. У своїх дослідженнях він майже не заглиблюється у фінансові проблеми інноваційної діяльності, не розглядає ці питання в світлі фінансової стійкості і економічної безпеки. Проте компетентнісний підхід має бути покладений в основу формування сукупності інструментів, що відносяться до сфери відповідальності усіх функціональних служб управління, що наголошувалось нами в попередніх роботах, присвячених питанням управління інноваційним розвитком [5]. Це особливо стосується інструментів фінансового менеджменту.

В контексті проблеми формування ефективного фінансового інструментарію для управління фінансовою стійкістю та безпекою промислових підприємств (що важливо для мінімізації помилок при здійсненні проєктів інноваційного розвитку) проводить дослідження І. Доценко [6]. Питаннями моделювання системи фінансово-економічної безпеки підприємства займаються П. Григорук та Н. Хрущ, ними сформовано загальні методологічні підходи до моделювання такої системи в умовах невизначеності і багатомірності ринкового середовища [7], що якраз і характеризує процеси інноваційного розвитку. Однак вони носять суто методологічний характер і не наповнені конкретними практичним інструментарієм.

Певною мірою до вирішення цього питання підійшли П. Перерва із співавторами, які значну увагу приділяють трансферу новітніх технологій і його інвестиційному супроводу, пропонуючи використовувати для управління цими процесами збалансовану систему показників [8]. Такий підхід видається нам перспективним і для вирішення завдань даного дослідження – адже побудова збалансованої системи показників відштовхується від планованих фінансових показників, які мають характеризувати інвестування технологічних інновацій. І за масштабних технологічних змін існують значні ризики втрати фінансової стійкості підприємства.

Отже, лише побіжний огляд незначної частини наукових публікацій останніх років щодо управління інноваційним розвитком вказує на те, що ці питання наразі залишаються актуальними для теорії і практики вітчизняного менеджменту і в контексті підприємств, що реалізують масштабні інноваційні проєкти мають розглядатись саме через призму підтримання фінансово-економічної безпеки. При цьому важливу практичну значущість має формування методичного інструментарію для комплексного вирішення зазначених взаємопов'язаних завдань. Однак на сьогодні питання формування такого інструментарію для підтримання фінансово-економічної безпеки підприємницьких структур в процесі їх інноваційного розвитку не отримали поки що достатнього відображення у наукових джерелах. Це й зумовило мету даного дослідження.

Мета статті (постановка завдання). Мета статті – окреслити основні напрями формування управлінських технологій та практичного інструментарію для підтримання фінансово-економічної безпеки промислових підприємств в процесі реалізації ними стратегій інноваційного розвитку.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Інноваційний розвиток є стратегічно важливим завданням для багатьох вітчизняних промислових підприємств, адже саме успішна реалізація інноваційних проєктів створить більш досконале технологічне середовище для промислового сектора національної економіки, забезпечить умови для кількісного зростання промислових підприємств. Як зазначалось нами раніше, інноваційний розвиток промислових підприємств – це «...обґрунтовані з урахуванням тенденцій НТП та споживчих потреб якісні зміни його техніко-технологічної складової, а також взаємоузгоджені з ними зміни у інших складових бізнес-системи, які сприяють поліпшенню здатності підприємства до створення продуктів з високою споживчою цінністю, що служить основою для його кількісного зростання і зміцнення ринкових позицій» [3, с. 49]. Однак такі масштабні зміни зазвичай призводять до порушень у функціонуванні інших підсистем підприємства – як допоміжних та обслуговуючих, так і управлінських. І це може погіршити конкурентну стійкість підприємства, становити загрозу його економічній безпеці – якщо її

розглядати з позицій втрати здатності підприємства існувати у статусі економічного агента (учасника ринку). Підтримання фінансової стійкості підприємницької структури в ході інноваційних змін є відображенням високого рівня кваліфікації управлінської команди. Фаховість, обґрунтованість управлінських рішень важлива у кожній господарській ситуації, проте найбільшого значення вона набуває при обґрунтуванні проектів інноваційного розвитку, зміцнюючи економічний потенціал підприємства за належного рівня його економічної безпеки.

Отже, інноваційний розвиток виробничих підприємств зазвичай потребує значних інвестицій, оскільки конкурентоспроможність нових бізнес-ліній

досягається їх оснащенням сучасними екологічними та наукомісткими технологіями, які є доволі капіталомісткими. Це стосується передусім машинобудування, де темпи науково-технічного прогресу є надзвичайно високими. Їх виробничі системи мають бути гнучкими, здатними до промислового освоєння продуктових інновацій широкого спектру. Та нестача власних коштів у більшості українських машинобудівних підприємств не дає змоги їм розвивати свій інноваційний потенціал. Із нестачею фінансових ресурсів стикається доволі багато вітчизняних машинобудівників, що проілюстровано рис. 1 (побудований за даними [9]).

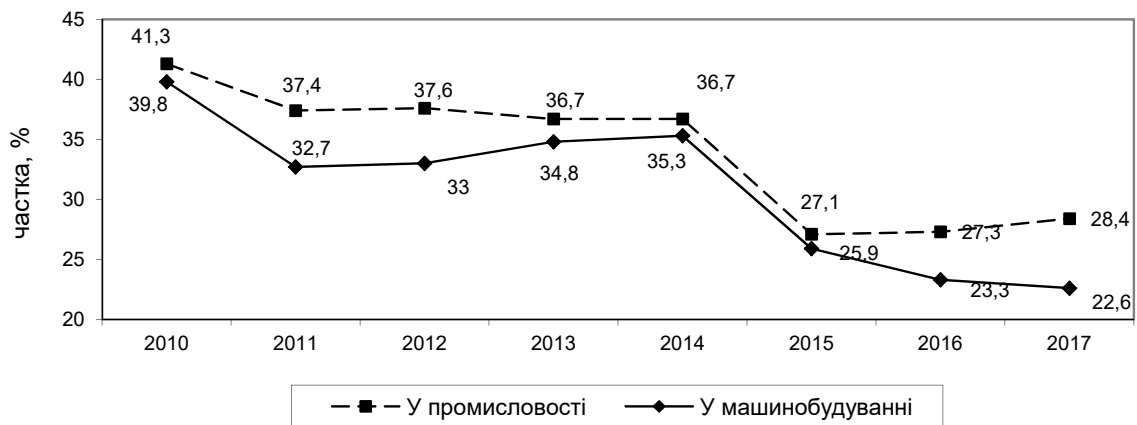


Рис. 1. Частка збиткових підприємств у промисловості та машинобудуванні України в динаміці, 2010-2017 рр.

Як видно із графіка, у період 2010-2014 рр. у вітчизняній промисловості відбувалось поступове зменшення кількості збиткових підприємств, однак не дуже суттєве – в межах 5%. До того ж в машинобудуванні, після доволі значного зниження (на 7%) у 2011 року, в наступні роки частка збиткових почала знову зростати – аж до 2015 р., коли збиткових підприємств стало набагато менше і частка їх знизилась – відповідно до 25,9 % у 2015 р. і до 23,3% у 2016 р. (проти 35,3% у 2014 р.). Можна припустити, що це могло бути викликано подіями на півдні і Сході України – втратою значної частини машинобудівних та інших промислових підприємств, які опинились на тимчасово окупованих територіях і в зоні АТО і діяльність яких була збитковою. Проте порівняння фінансових результатів діяльності промислових підприємств в різних регіонах України (в тому числі західних та центральних, які не потерпіли від прямих воєнних дій) показує, що така тенденція сформувалась у всіх регіонах. І хоча це позитивно характеризує загальну економічну ситуацію в Україні, все ж збитковими залишаються доволі багато промислових підприємств (більше четвертої частини на кінець 2017 р.). І це вказує на те, що важлива роль у забезпеченні інноваційного розвитку підприємств машинобудування має бути відведена підсистемі фінансового менеджменту, зокрема, у частині, яка стосується моніторингу грошових потоків для контролю їх відповідності планованим обсягам і напрямам; це необхідно для забезпечення фінансової

стійкості і економічної безпеки підприємства у ході реалізації інноваційних проектів, а значить – його фінансово-економічної безпеки.

Управління інноваційним розвитком з урахуванням динамічної стійкості підприємства – це управління, спрямоване на вирішення протиріч у його бізнес-системі, які виникають внаслідок інноваційних змін, на їх компенсацію через побудову зворотних зв'язків між керуючою і керованою системою. За достатнього рівня обґрунтованості проектів розвитку за критеріями фінансової стійкості підприємство не просто рівноважно функціонує, мінімізуючи відхилення параметрів діяльності за певний період або зберігаючи здатність до систематичних планованих змін для підтримання ефективного функціонування у більш тривалому часовому відрізку (що є основним завданням управління економічною безпекою підприємства), а здатне досягати запланованих цілей діяльності (розвитку) у стратегічній перспективі навіть за мало прогнозованого перебігу подій у бізнес-середовищі.

Слід підкреслити, що рішення щодо проектів інноваційного розвитку підприємницьких структур приймаються в умовах інформаційної асиметрії, невизначеності ситуації, тому вони завжди будуть ризикованими. Так, невдалий (некваліфікований) прогноз ринкової кон'юнктури зумовлює втрату вкладених у інноваційний проект коштів через відсутність достатнього попиту на пропонований товар; неочікувані зміни цін на ресурси, які необхідні

для виготовлення продукції, спричиняють зниження прибутковості (чи навіть збитки); непередбачувані зміни політичної ситуації можуть взагалі унеможливити бізнес у його проектному варіанті через, наприклад, подорожчання ліцензії, збільшення податкового тиску внаслідок відміни певних пільг чи навіть через перерозподіл власності. Наявність значних ризиків при реалізації інноваційних проектів зумовлює потребу забезпечення фінансово-економічної стійкості підприємства, без чого неможливе його стаке кількісне зростання, а значить – і привабливість для потенційних інвесторів, (що відображається на його ринковій вартості). Однак це не статична стійкість, оскільки явище розвитку передбачає порушення статичної стійкості задля досягнення якісно іншого стану

системи. Тому швидше йдеться про динамічну стійкість підприємства, його здатність утримувати динамічну рівновагу. І необхідною умовою успішної реалізації проектів інноваційного розвитку має бути забезпечення фінансової стійкості підприємства в ході реалізації інноваційних змін.

Стійкість підприємства може описуватися динамікою економічних показників – для сталого поступального розвитку (в т.ч. інноваційного) вона має зберігати певну позитивну тенденцію – як у плані збереження фінансової стійкості, так і щодо зростання економічної доданої вартості. Стратегічний набір підприємства для різних економічних характеристик його поточного стану систематизовано нами в табл. 1.

Таблиця 1

Стратегічні альтернативи інноваційного розвитку машинобудівного підприємства за різних економічних характеристик поточного стану

Характеристика поточного стану підприємства	Набір інноваційних стратегій
Некритичні значення показників фінансової стійкості за позитивних значень <i>EVA</i>	Активна наступальна стратегія для досягнення технологічного і ринкового лідерства, імітаційна стратегія
Некритичні значення показників фінансової стійкості за невід’ємних значень <i>EVA</i>	Помірно наступальна стратегія («за нагодою», нішева»), захисна, імітаційна, залежна
Середні значення показників фінансової стійкості за невід’ємних значень <i>EVA</i>	Захисна, імітаційна, залежна
Низькі значення показників фінансової стійкості за від’ємних змін <i>EVA</i>	Захисна, підготовка до розвитку

Джерело: розробка авторів

Підкреслимо, що при виборі показників і методів оцінювання фінансової стійкості має бути враховано тип інноваційної стратегії згідно етапу життєвого циклу підприємства та вагомість факторів, що впливають на його фінансову стійкість. Це впливає на значущість внеску функціональних підсистем менеджменту у реалізацію цілей зростання ринкової вартості підприємства, який може слугувати підставою для розроблення системи винагород за результатами зростання ринкової вартості підприємства в розрізі функціональних підсистем менеджменту за методологією BSC, яка запропонована і детально розроблена Р. Капланом і Д. Нортеном [10], а також конкретизована для різних завдань стратегічного управління з урахуванням особливостей бізнес-середовища України багатьма вітчизняними науковцями (див., наприклад, [8; 11]). Вважаємо, що така система може слугувати ефективним інструментом і для підтримання необхідного рівня фінансово-економічної безпеки підприємства в процесі реалізації стратегій інноваційного розвитку, що концептуально обґрунтовано нами в [12]. Авторське бачення різних аспектів управління фінансовою стійкістю підприємства в процесі його інноваційного розвитку у їх взаємозв’язку і послідовності подано на рис. 2.

Додатково зазначимо, що цільову функцію управління інноваційним розвитком доцільно описати? опираючись на ціннісний підхід у менеджменті [13; 14]. Для цього найкраще використати метод розрахунку економічної доданої вартості (EVA) – з виділенням величини операційного прибутку, амортизаційних відрахувань, податку на прибуток,

зміни величини оборотного капіталу, інвестиційних витрат, вкладених в основний капітал за відповідний період при реалізації інноваційного проекту, середньозваженої вартості капіталу, величини авансованого капіталу за відповідний період тощо, а також системи обмежень, що стосуються прийнятного рівня рентабельності, величини авансованого капіталу, обсягу використовуваних для реалізації проекту фінансових ресурсів, рівня ризику, співвідношення основного і оборотного капіталу і, звичайно, впливу фінансового та операційного важелів.

Додамо також, що для підтримання прийнятного рівня фінансової стійкості і економічної безпеки у системі управління інноваційним розвитком промислового підприємства система показників (критеріїв діяльності) має чітко окреслювати цільові орієнтири (сформовані у вигляді сукупності кількісно визначених показників) для тих служб підприємства, які найбільшою мірою впливають на реалізацію поставлених стратегічних управлінських завдань. А фактично досягнуті показники повинні відображати результати діяльності менеджерів, відповідальних за ці функціональні сфери.

Для фінансової служби такими показниками доцільно визначити показники фінансової стійкості, зростання ринкової вартості підприємства, прогностні обсяги грошових потоків, рівня рентабельності (активів, інвестицій, акціонерного капіталу), обсягів продажу, прибутку. Для сфери відносин із клієнтами – частку ринку в цільових сегментах, кількість споживачів, в т.ч. постійних і нових, обсяг продажу постійним клієнтам, частку нових клієнтів, середній розмір постачання одному споживачу, витрати на

обслуговування одного споживача та ін.

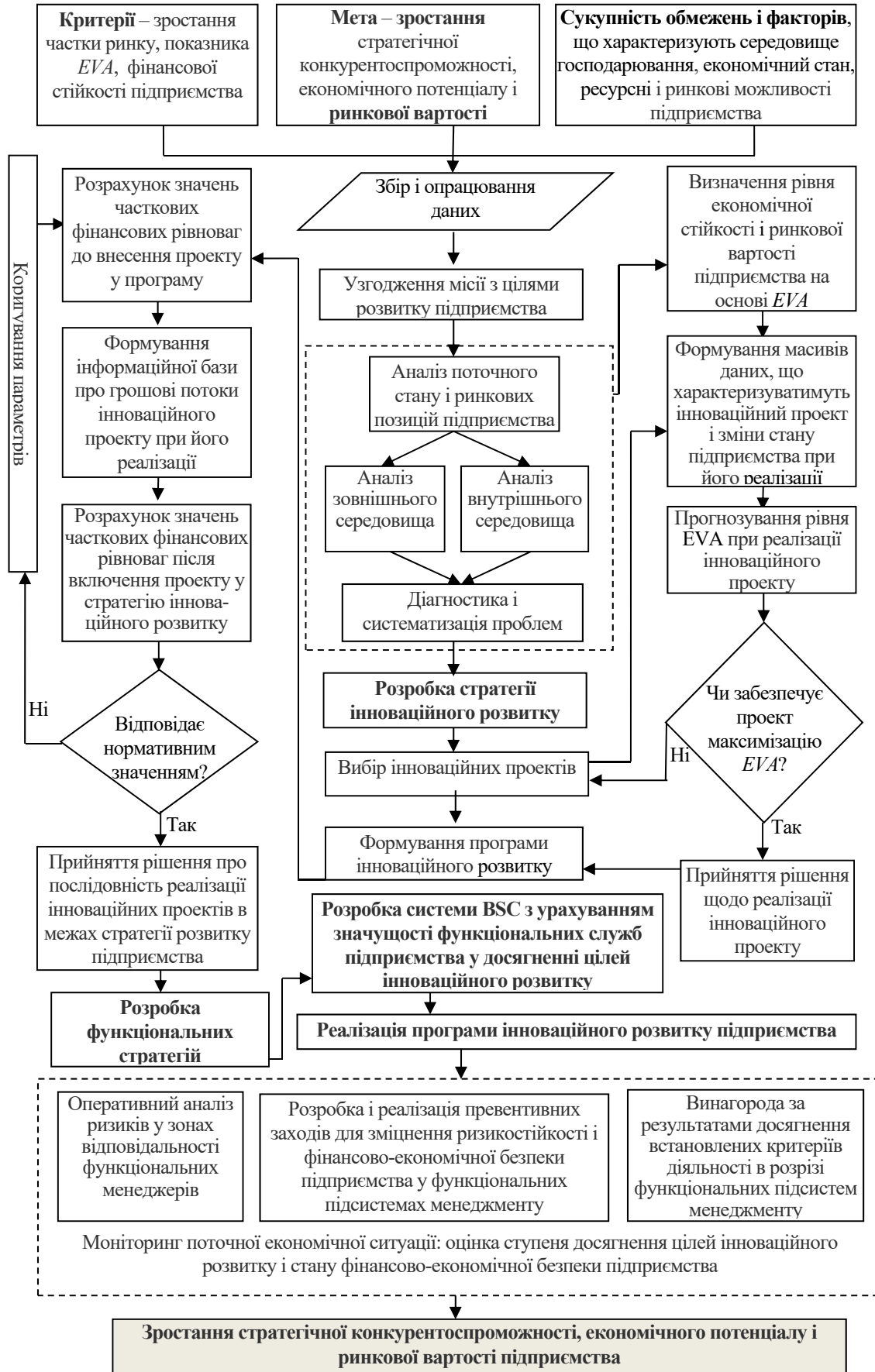


Рис. 2. Взаємопов'язаність інструментів і процедур управління фінансово-економічною безпекою підприємства в стратегіях інноваційного розвитку

Для внутрішніх бізнес-процесів – показники результативності, вартості, тривалості і якості процесів, що відображають специфіку роботи підприємства і можуть виражатися як у вартісному, так і в натуральному вимірі. У сфері управління розвитком персоналу – обсяг витрат на підготовку та розвиток персоналу, кількість зареєстрованих патентів, винаходів, раціоналізаторських пропозицій на одного працівника тощо.

При цьому, зважаючи на ризикованість проектів інноваційного розвитку сукупності ключових показників у функціональних сферах управління підприємством мають формуватися з позицій підтримання прийнятного рівня економічної безпеки. Тобто, доцільно бажане значення показника подавати у формі – «не нижче такого-то рівня». І відповідно прив'язувати до цього рівня базову винагороду, а в разі перевищення його – винагороду збільшувати. Важливо також, щоб розподіл визначеного за результатами реалізації проекту інноваційного розвитку преміального фонду здійснювався з урахуванням ролі функціональних служб у забезпеченні фінансової стійкості підприємства при реалізації завдань інноваційного розвитку.

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Реалізація проектів і стратегії інноваційного розвитку має забезпечувати зростання економічного потенціалу підприємства та його конкурентоспроможності на тих сегментах ринку, які

визначено його стратегічними зонами господарювання. Цільовою функцією управління в стратегіях інноваційної розвитку має бути зростання ринкової вартості підприємства – як цілісної бізнес-системи, що може виступати об'єктом купівлі-продажу. Для оцінювання ступеня реалізації цільової функції доцільно використовувати метод розрахунку економічної доданої вартості (EVA). У роботі сформовано перелік факторів, вплив яких на EVA залежить від специфіки ринкового середовища, що вимагає їх релевантного використання для прийняття ефективних управлінських рішень. Зважаючи на значні ризики, які властиві інноваційним процесам, а також обмеженість у фінансових ресурсах багатьох вітчизняних промислових підприємств, управління проектами інноваційного розвитку має здійснюватись з позицій підтримання динамічної стійкості підприємств-інноваторів і їх фінансово-економічної безпеки. Сформовано авторське бачення взаємопов'язаності інструментів і процедур управління фінансово-економічною безпекою підприємства в стратегіях інноваційного розвитку. Аргументовано, що ефективним інструментом для реалізації цих взаємопов'язаних завдань може бути збалансована система показників. Наведено приблизний перелік сукупності показників для формування такої системи. Перспективами подальших досліджень є встановлення допустимого розкиду (інтервалів) значень показників для функціональних сфер менеджменту з позицій підтримання фінансово-економічної безпеки підприємства на різних стадіях його життєвого циклу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гречан, А. П. Экономические и организационные проблемы управления инновационным развитием промышленных предприятий / А. П. Гречан // Экономика: реалии времени. – 2013. – Вып. 3. – С. 219-223.
2. Андрушків, Б. М. Особливості використання державних важелів управління інноватикою суб'єктів господарювання як інструментом підвищення їх конкурентоспроможності (Європейські акценти) / Б. М. Андрушків, Н. Б. Кирич, О. Б. Погайдак, Р. П. Шерстюк // Теорія та практика державного управління, 2015. – Вип.2. – С. 134-143.
3. Функціональні стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства / За наук. ред. В. В. Стадник. – Хмельницький: ХНУ, 2016. – 446 с.
4. Ілляшенко, С. М. Інноваційний розвиток: маркетинг і менеджмент знань: монографія / С. М. Ілляшенко. – Суми: ТОВ «Діта плюс», 2016. – 192 с.
5. Стадник, В. В. Компетентнісний підхід як необхідна передумова розробки і реалізації стратегії інноваційного розвитку підприємства / В. В. Стадник, Ж. В. Яцишина // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2011. – № 2, т. 2. – С. 200-204.
6. Доценко, І. О. Формування системи оцінювання рівня економічної безпеки підприємства з урахуванням впливу підприємницьких ризиків / І. О. Доценко // Вісник Одеського національного університету. Економіка. – 2013. – № 18. – Вип. 1. – С. 69-78.
7. Григорук, П. М. Основи моделювання системи фінансово-економічної безпеки в умовах невизначеності і багатомірності ринкового середовища / П. М. Григорук, Н. А. Хрущ // Науковий вісник Мукачівського державного університету. – 2017. – № 1. – С. 198-204.
8. Перерва, П. Г. Збалансована система показників в інноваційно-інвестиційній політиці промислового підприємства / П. Г. Перерва, Т. О. Кобелева, Н. П. Ткачова // Вісник НТУ «ХПІ». – 2015. – Вип.60 (1169). – С. 50-54.
9. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Дата звернення 7.09.2018).
10. Kaplan, R. S. The Balanced ScoreCard / R. S. Kaplan, D. P. Norton. – Boston: Harvard Business School Press, 1996. – 286 p.
11. Батанова, Т. В. Методологічні аспекти розробки системи збалансованих показників діяльності підприємства / Т. В. Батанова // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2014. – Вип. 3(54). – С. 79-83.

12. Стадник, В. В. Технологія BSC у підтриманні фінансово-економічної безпеки підприємницьких структур в процесі інноваційного розвитку / В. В. Стадник, С. О. Михальчик / Матер. Всеукраїнської наук.-практ. конф. 21-22 квітня 2017 р. Житомир, 2017. – 149 с. – С. 30-33.

13. Эшоурт, Г. Менеджмент, основанный на ценности: как обеспечить ценность для акционеров: [пер. с англ.] / Г. Эшоурт. – М.: Инфра-М, 2006. – 530 с.

14. Замазій, О. В. Ціннісно-орієнтоване управління підприємством: концепції, технології, стратегії: монографія / О.В. Замазій. – Хмельницький: ХНУ, 2015. – 334 с.

REFERENCES

1. Grechan, A. P. (2013). Ekonomycheskiye y organizatsionnye problemy upravleniya ynnovatsionnym razvytiem promyshlennyyh predpriyatiy [Economic and organizational problems of innovative development of the industrial enterprises]. Ekonomika: realyy vremeny – Economics: time realities, 3, 219-223 [In Russian].

2. Andrushkiv, B. M., Kyrych, N. B., Pogajdak, O. B., Sherstjuk, R. P. (2015). Osoblyvosti vykorystannja derzhavnyh vazheliv upravlinnja innovatykoju sub'ektiv gospodarjuvannja yak instrumentom pidvyshhennja i'h konkurentospromozhnosti (Jevropejs'ki akcenty) [Features of state levers of innovation entities – as a tool to improve their competitiveness, capacity. (European Focus)]. Teorija ta praktyka derzhavnogo upravlinnja – Theory and practice of public administration, 2, 134-143 [in Ukrainian].

3. Stadnyk, V. V. (Ed.). (2016). Funkcional'ni strategii' innovacijnogo rozvytku promyslovogo pidpryjemstva [Functional strategies of innovation development of an industrial enterprise]. Hmel'nyckyj: HNU [in Ukrainian].

4. Illjashenko, S. M. (2016). Innovacijnyj rozvytok: marketyng i menedzhment znan' [Innovative development: marketing and knowledge management]. Sumy: TOV «Dita plus» [in Ukrainian].

5. Stadnyk, V. V. Jacyshyna, Zh. V. (2011). Kompetentnisnyj pidhid jak neobhidna peredumova rozrobky i realizacii' strategii' innovacijnogo rozvytku pidpryjemstva [Competency approach as a prerequisite for development and implementation of the strategy of innovative development of the enterprise]. Visnyk Hmel'nyckogo nacional'nogo universytetu. Ekonomichni nauky. – Herald of Khmelnytsky National University, 2, 200-204 [in Ukrainian].

6. Docenko, I. O. (2013). Formuvannja systemy ocinjuvannja rivnja ekonomichnoi' bezpeky pidpryjemstva z urahuvannjam vplyvu pidpryjemnyckyh ryzykiv [Forming of evaluation system of the level of economic security of enterprise taking into account entrepreneurial risk]. Visnyk Odes'kogo nacional'nogo universytetu. Ekonomika – Odessa National University. Economy, 18 (1), 69-78 [in Ukrainian].

7. Grygoruk, P. M., Hrushh, N. A. (2017). Osnovy modeljuvannja systemy finansovo-ekonomichnoi' bezpeky v umovah nevyznachenosti i bagatomirnosti rynkovogo seredovyshha [Basics of modeling of ensuring financial and economic safety system in conditions of uncertainty and multidimensionality of market environment]. Naukovyj visnyk Mukachivs'kogo derzhavnogo universytetu – Scientific bulletin of Mukachevo State University. Series «Economics», 1, 198-204 [in Ukrainian].

8. Pererva, P. G., Kobeljeva, T. O., Tkachova, N. P. (2015). Zbalansovana systema pokaznykiv v innovacijno-investytsijnij polityci promyslovogo pidpryjemstva [Balanced scorecard in the innovation and investment policy of industrial enterprises]. Visnyk NTU «HPI» – Bulletin of the National Technical University «KhPI», 60 (1169), 50-54.

9. State Statistics Committee of Ukraine. Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].

10. Kaplan, R. S. Norton, D. P. (1996). The Balanced ScoreCard. Boston: Harvard Business School Press [in English].

11. Batanova, T. V. (2014). Metodologichni aspekty rozrobky systemy zbalansovanyh pokaznykiv dijal'nosti pidpryjemstva [Methodological aspects of developing a system of balanced performance of the enterprise]. Visnyk social'no-ekonomichnyh doslidzhen' – Socio-Economic Research Bulletin, Vyp. 3(54), 79-83 [in Ukrainian].

12. Stadnyk, V. V., Myhal'chyk, S. O. (2017). Tehnologija BSC u pidtrymanni finansovo-ekonomichnoi' bezpeky pidpryjemnyckyh struktur v procesi innovacijnogo rozvytku [BSC technology in maintaining financial and economic security of business structures in the process of innovation development]. Materialy Vseukrai'ns'koi' nauk.-prakt. konf. Zhytomyr (Ukrai'na), 30-33 [in Ukrainian].

13. Эшоурт, Г. (2006). Менеджмент, основанный на ценности: как обеспечить ценность для акционеров [Value-based management: how to provide value to shareholders]. Moskva: Ynfra-M [In Russian].

14. Zamazij, O. V. (2015). Cinnisno-orijentovane upravlinnja pidpryjemstvom: koncepcii', tehnologii', strategii' [Valuable-oriented enterprise management: concepts, technologies, strategies]. Hmel'nyckyj: HNU [in Ukrainian].

Стадник Валентина Васильевна, Йохна Виталий Николаевич, Чуняк Ольга Валерьевна. НАПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПРАКТИЧЕСКОГО ИНСТРУМЕНТАРИЯ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ В СТРАТЕГИЯХ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

Реализация стратегий инновационного развития должна обеспечивать повышение экономического потенциала предприятия и его конкурентоспособности на тех рыночных сегментах, которые определены его стратегическими планами. Для многих украинских промышленных предприятий такие планы предполагают выход на рынки развитых европейских стран. Их реализация усложняется ограниченными финансовыми возможностями предприятий, что делает проблематичным приобретение передовых технологий, необходимых для обеспечения соответствия их производственных систем мировым стандартам качества. Это

актуализирует проблему формирования практического инструментария управления инновационным развитием с позиций поддержания на надлежащем уровне финансово-экономической безопасности предприятия, что и определило цель данного исследования и его структурные составляющие. Цель статьи – определить основные направления формирования управленческих технологий и практического инструментария для поддержания финансово-экономической безопасности промышленных предприятий в процессе реализации ими стратегий инновационного развития. Целевой функцией управления в стратегиях инновационного развития является рост рыночной стоимости предприятия – как целостной бизнес-системы, которая может выступать объектом купли-продажи. Выделены стратегические альтернативы инновационного развития машиностроительного предприятия при различных характеристиках его текущего состояния. Для оценивания степени реализации целевой функции предложено использовать метод экономической добавленной стоимости (EVA). Выделена совокупность факторов, влияние которых на EVA определяется спецификой рыночной среды. Отмечено, что это требует их релевантного учета при обосновании управленческих решений. Предложено авторское видение взаимосвязи инструментов и процедур управления финансово-экономической безопасностью предприятия в стратегиях инновационного развития. Аргументировано, что эффективным инструментом для реализации этих взаимосвязанных задач может быть сбалансированная система показателей. Сформирован примерный перечень совокупности показателей для такой системы. Перспективами дальнейших исследований определено обоснование допустимых интервалов значений показателей для функциональных сфер менеджмента с позиций финансово-экономической безопасности предприятия на разных стадиях его жизненного цикла.

Ключевые слова: инновационное развитие, финансовая устойчивость, финансово-экономическая безопасность предприятия, сбалансированная система показателей

Stadnyk Valentyna V., Yokhna Vitaliy M, Chuniak Olha V. DIRECTIONS OF FORMATION OF PRACTICAL TOOLS MANAGEMENT OF FINANCIAL AND ECONOMIC SECURITY OF ENTERPRISES IN THE STRATEGY OF INNOVATIVE DEVELOPMENT

The implementation of innovation development strategies should ensure the growth of the economic potential of the enterprise and its competitiveness in those market segments that are determined by its strategic plans. For many national industrial enterprises such plans provide for access to the markets of developed countries. Their implementation is complicated by the limited financial capabilities of enterprises. This makes it difficult to attract advanced technologies to bring their production systems in line with international standards of activity and updates the problem of developing practical tools for managing innovative development from the standpoint of maintaining the financial and economic security of an enterprise. The purpose of the article is to determine the main directions of formation of management technologies and practical tools for maintaining the financial and economic security of industrial enterprises in the process of their implementation of innovative development strategies. It has been argumenated that the target function of management in the strategy of innovation development should be the growth of the market value of the enterprise - as a complete business system, it can be the object of sale. The strategic alternatives of innovative development of a machine-building enterprise with various economic characteristics of the current state have been determined. To assess the degree of implementation of the objective function, it has been proposed to use the economic value added (EVA) method. The list of factors has been highlighted, the influence of which on EVA depends on the specifics of the market environment, which requires their relevant use for making effective management decisions. The author's vision of the interconnectedness of the tools and procedures for managing the financial and economic security of an enterprise in innovative development strategies has been formed. It has been argumentated that a balanced scorecard can be an effective tool for implementing these interrelated tasks. An exemplary list of indicators for the formation of such a system has been presented. Prospects for further research is to establish the allowable variation (intervals) of the values of indicators for the functional areas of management from the standpoint of maintaining the financial and economic security of an enterprise at different stages of its life cycle.

Keywords: innovative development, financial sustainability, financial and economic security, balanced scorecard.

Одержано 15.10.2018 р.

РОЗДІЛ III

РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА, ДЕМОГРАФІЯ ТА СОЦІАЛЬНА ПОЛІТИКА

УДК:331.5 (477):339.13

DOI:10.31339/2313-8114-2018-2(10)-74-80

Зуб Марія Ярославівна

к.е.н., викладач,

Шуліка Дана Артемівна

студентка,

Хмельницький торговельно-економічний коледж

Київського національного торговельно-економічного університету

ПОЛІФУНКЦІОНАЛЬНІСТЬ ІНФРАСТРУКТУРИ РЕГІОНАЛЬНОГО РИНКУ ПРАЦІ НА ЕТАПІ ІННОВАЦІЙНИХ ЗРУШЕНЬ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

Теперішній стан інфраструктурного забезпечення ринку праці в регіонах України характеризується незавершеністю реформ його структурно-функціональної організації, недосконалим функціоналом, уповільненням процесів оптимізації, що гальмує своєчасне вирішення проблем зайнятості та підвищення рівня життя населення. Отже, наміри необхідності активізації функціональної діяльності всіх елементів інфраструктури регіонального ринку праці, розробки їх нових функцій, адекватних інноваційно-інформаційній моделі розвитку економіки. Мета статті – обґрунтувати сутнісне наповнення сучасної інфраструктури регіонального ринку праці як поліфункціональної системи та удосконалити її функції в умовах інноваційного розвитку регіонів України. Дослідження мети передбачає використання методів історичного аналізу, індукції та дедукції. У статті з'ясовано історичні умови становлення, формування та розвитку базових елементів інфраструктури національного ринку праці в період після 1991 р. у зв'язку із здійснюваною політикою реформ. Досліджені проблеми суперечливого й повільного становлення інституційної бази реалізації політики регулювання ринку праці і недостатнього застосування на практиці в сумісно-роздільній діяльності інфраструктурних ланок функцій координації, розподільної та мотиваційної функцій в системі організації працевикористання на національному та регіональному рівнях. Наукова новизна дослідження полягає у формулюванні авторського трактування «інфраструктури регіонального ринку праці» як нової поліфункціональної системи взаємодіючих інституційних суб'єктів з відведеними їм багатогранними функціями, яка, під впливом глобалізації, використовуючи новітні технології, спираючись на індивідуальне, сукупне та скоординоване знання, корегуючи підходи до управління, безперервно технологічно та інституційно самовідновлюється, перебудовується, модернізовуючи старі, вчасно звільняється від неефективних елементів, розбудовує нові стійкі та міцні інфраструктурні ланки, що орієнтуються на інклюзивні запити суспільства, виходячи з реальних можливостей та пріоритетного використання власного наявного ресурсного потенціалу регіону, створює якісно нові умови господарювання для досягнення ефективної зайнятості, формує нові цінності в українських громадян, створює рівні умови для розвитку людського капіталу, забезпечує гідне, комфортне та безпечне середовище, забезпечує соціальний захист всіх членів суспільства. Практична значущість полягає у розробці, систематизації та застосуванні загальних (цільових), специфічних (власних незамінних) й доповнюючих (делегованих, посередницьких) функцій інфраструктури регіонального ринку праці як основи для стійкого, інклюзивного, інтровертного та інноваційного розвитку регіональної економіки.

Ключові слова: поліфункціональність, інститути ринку праці, інфраструктура регіонального ринку праці, функції інфраструктури ринку праці, функції регіонального ринку праці.

ВСТУП

Постановка проблеми. Інфраструктура займає важливе місце в організації управління та ефективного функціонування, як національного, так і регіонального

ринку праці. Теперішній стан інфраструктурного забезпечення ринку праці в регіонах України характеризується незавершеністю реформ його структурно-функціональної організації, недосконалим функціоналом, уповільненням процесів оптимізації, що

гальмує своєчасне вирішення проблем зайнятості, зменшення трансакційних витрат, розвиток професійних навиків всіх учасників соціально-трудових відносин та підвищення життєвого рівня населення. Отже, на сьогодні назріла необхідність активізації сумісно-розділеної діяльності всіх елементів інфраструктури ринку праці в регіонах України та розвитку її багатогранних функцій як основи інноваційно-інформаційної моделі розвитку економіки, що актуалізує вибрану тему наукового дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Вивченню сутності інфраструктури національного та регіонального ринку праці присвячено чимало наукових робіт таких учених, як: Д. П. Богині, В. Я. Брича, О. А. Грішнєвої, П. Ю. Беленького, В. В. Дружиніної, В. М. Нижника, Т. А. Федотової, О. В. Чернявської та ін. Водночас, у науковому світі й досі не склалося єдиної думки фахівців та учених про функції інфраструктури регіонального ринку праці, що вимагає їх глибшого дослідження та чіткої систематизації.

Мета статті (постановка завдання). Мета статті – обґрунтувати сутнісне наповнення сучасної інфраструктури регіонального ринку праці як поліфункціональної системи та удосконалити її функції в умовах інноваційного розвитку регіонів України.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Історично підтверджено, що на початку 90-х років XX століття, в умовах глибокої соціально-економічної кризи, яка набувала особливого загрозливого характеру в умовах ринкової трансформації, прийняття Закону України «Про зайнятість населення» [1] створило підґрунтя для формування інституційної бази реалізації політики регулювання національного ринку праці; визначено основну функцію – функцію регулювання ринку праці, яку здійснювали Міністерство праці та соціальної політики, Міністерство економіки та регіональні управління економіки місцевих державних адміністрацій. Слід зазначити, що в той час в нашій державі були створені основні елементи інфраструктури національного ринку праці, а саме: Державну службу зайнятості й Державний фонд сприяння зайнятості населення.

Становлення національного ринку праці в умовах реформування економіки України, яке супроводжувало період утвердження державної незалежності, відбувалося досить хаотично. Не зважаючи на те, що публічно відстоювалась потреба впровадження нових схем розміщення продуктивних сил, координація робіт центру та регіонів по розмежуванню виконуваних ними функцій та повноважень і гармонізація загальнодержавних, приватних та особистих інтересів суб'єктів ринку праці налагодженими так і не були [2, с. 84-85]. Отже, в перші роки реформ в Україні процес формування ринку праці відбувався досить суперечливо й повільно. Основною функцією інфраструктури ринку праці стала функція регулювання. На жаль, функції координації в

системі організації працевикористання на національному та регіональному рівнях та регулювання праці і зайнятості населення виконувались не належним чином, що призвело до різкого зубожіння людей, активізації неконтрольованої міграції, звуження системи зайнятості населення та зростання соціальної напруги в регіонах України.

З часом, центром уваги вчених стало виділення функцій регіонального ринку праці. Як зазначає В. Я. Брич, основними з них є: «...відтворювальна, посередницька, мотиваційна (створення конкурентного середовища), ціноутворююча, інтеграційна, соціальна, інноваційна, інвестиційна, інформаційна, регулююча функції та функція суспільного поділу праці» [3, с. 38]. В. М. Нижник вважає, що регулювання соціально-трудових відносин на РРП має здійснюватися через економічну, технічну, демографічну, екологічну, культурну та координаційну функції [4, с. 43].

За результатами дослідження встановлено, що довгий час розмежування функцій ринку праці із функціями інфраструктури ринку праці було досить умовним, та пояснювалось тим, що інфраструктура ринку праці (ІРП) є частиною ринку праці. З цього приводу, існує думка вчених, що «...виокремлення функцій суто інфраструктури ринку праці можливо шляхом деталізації основних функцій ринку праці» [5, с. 20].

Посилення впливу суперечливих тенденцій трансформаційних процесів національного ринку праці сприяли зростанню ваги інфраструктури ринку праці та поглибленню інтересу науковців до її функцій. Так, вчені Д. П. Богиня та О. А. Грішнєва переконані, що «...інфраструктура ринку праці включає державні і недержавні заклади сприяння зайнятості, кадрові служби підприємств і фірм, громадські організації і фонди, що забезпечують взаємодію між попитом і пропозицією праці». Основна функція, на їх думку, полягає у «...регулюванні відносин між працедавцями і працівниками з приводу оплати праці, її умов, розв'язання соціально-трудових конфліктів». Крім цього, до функцій інфраструктури ринку праці економісти відносять «...посередництво між працівником та працедавцем, сприяння їх контактам та взаємодії, допомогу у відборі працівників та виборі місця роботи, в укладенні трудового контракту тощо» [6, с. 59-62].

П. П. Мазурок в своїх роботах виокремлює регулюючу, розподільну, стимулюючу, прогностичну, інформаційну та міжнародну функції інфраструктури ринку праці [7, с. 41-45]. Вчений акцентує увагу на тому, що сучасній інфраструктурі ринку праці притаманні функції «...здійснення заходів щодо зміцнення міжнародного співробітництва у сфері соціально-трудових прав громадян, налагодження постійних зв'язків з Міжнародною організацією праці, вивчення та узагальнення міжнародного досвіду регулювання трудових відносин і зайнятості населення, його соціального захисту та поліпшення умов праці; участі у підготовці та реалізації міжнародних угод, пов'язаних з трудовою міграцією, захистом прав працівників-мігрантів» [8, с. 20].

Серед публікацій, в яких розглянуто сутність та функції інфраструктури ринку праці, слід виділити

монографію П. Ю. Беленького [9, с. 12]. В даній праці П. Ю. Беленький та В. Б. Людкевич розглядають інфраструктуру ринку праці як «...сукупність відповідних ланок, що є представниками інтересів суб'єктів ринку праці та носіями функцій забезпечення їх діяльності на ринку». Вчені, перш за все, виокремлюють такі функції інфраструктури ринку праці як: формування, розподілу, обміну і споживання робочої сили регіону та взаємовідносин з приводу трудовикористання між суб'єктами ринку праці [9, с. 12].

Суперечливий процес розвитку функцій як інфраструктури ринку праці, так і інфраструктури регіонального ринку праці триває й досі. Так І. А. Гашо та І. І. Лагунова наголошують, що головною соціально-економічною функцією ринку праці є досягнення ефективної (повної та раціональної) зайнятості. Вчені переконані, що саме інфраструктура ринку праці забезпечує виконання цієї функції, критерієм успішного функціонування якої є досягнення збалансованості між попитом та пропозицією. Для реалізації цього завдання, тобто забезпечення ефективної зайнятості населення, інфраструктура виконує спектр функцій: сприяє населенню в працевлаштуванні, професійній орієнтації; забезпечує соціальний захист працівників, які виходять на ринок праці; здійснює професійну підготовку і перепідготовку; налагоджує контакти між роботодавцями і працівниками; координує діяльність різних органів, які пов'язані з реалізацією політики зайнятості та діяльності на ринку праці [10, с. 71-72].

В. В. Дружиніна до функцій інфраструктури ринку праці відносить: регулювання взаємовідносин між працедавцями і працівниками з приводу оплати праці, її умов, рішення соціально-трудова конфліктів; захист колективних інтересів обох сторін (наприклад, профспілок, союзів підприємців, об'єднань працівників з обмеженою конкурентоспроможністю) і державного посередництва в питаннях соціального партнерства; посередництво між працівником і працедавцем, сприяння їх контактам і взаємодії, допомога у відборі і відборі працівників і виборі місця роботи, в складанні трудового контракту. Управлінські функції суб'єктів управління регіонального ринку праці аналогічні вищезгаданім, але поширюються тільки на ринок праці окремої території [11].

О. В. Чернявська розвиває ідею, що «...інфраструктура ринку праці забезпечує підвищення гнучкості та ефективності функціонування ринку праці за рахунок: розповсюдження інформації, яка, по-перше, забезпечить скорочення часу пошуку вакансій безробітними і необхідних працівників підприємствами, по-друге, сприятиме найму роботодавцями працівників, що відповідають їх вимогам, по-третє, яка б дозволила працівникам знайти робоче місце з відповідними умовами праці і задовільняючим їх рівнем заробітної плати; професійного консультування і навчання безробітних новим професіям та спеціальностям; квотування робочих місць тим, хто об'єктивно не здатен конкурувати на рівних на ринку праці, організації і сприяння розширенню сфери докладання праці; стримання масових звільнень і запобігання масовому

безробіттю; розвитку і раціоналізації фінансування заходів щодо цілеспрямованого розвитку ринку праці і підвищення рівня продуктивної зайнятості населення; розробки і наукового обґрунтування заходів державної політики зайнятості населення та контролю за їх реалізацією» [12, с. 58].

Т. А. Федотова вважає, що основне завдання інститутів інфраструктури ринку праці, з погляду економічної теорії, – «...мінімізувати трансакційні витрати, тобто, якщо мова йде про регулювання ринку праці, – скоротити витрати часу, матеріальних та фінансових ресурсів на пошук працівником підходящого місця, а роботодавцем – підходящого працівника». Тому однією з найважливіших функцій інфраструктури ринку праці, на думку вченого, є подолання «непрозорості» ринку, недосконалості інформації, яку мають працівники і роботодавці, тому що саме відсутність інформації призводить до зростання трансакційних витрат. «Найбільш розповсюдженими формами здійснення цієї функції на макро- і мікрорівнях є: створення банків даних по вакансіях з урахуванням вимог до професійно-кваліфікаційного рівня працівників, науковий аналіз поточного стану ринку праці і прогноз перспектив його розвитку, рекламно-видавничі профорієнтаційна діяльність, удосконалювання відбірних тестів на профпридатність потенційних працівників і абітурієнтів відбірних професійних навчальних закладів, визначення на основі новітніх досягнень психології, фізіології, ергономіки типових «сигналів», що дозволяють скоротити витрати при найманні і т. ін.» [13, с. 135-136].

Як виявилось в результаті дослідження, кожен вчений має свій індивідуальний підхід, тому в умовах функціонування ринкової економіки досить проблематично дати єдине універсальне формулювання суті інфраструктури ринку праці та визначити її функції.

Існує думка, що інститути ринку праці є багатофункціональними. Так, А. А. Зацарініна вважає, перш за все, «...вони формують «правила гри», які структурують і упорядковують дії економічних агентів, по-друге, виступають в якості зовнішньої норми, яка призначена для примусу людей (закони, нормативні акти), по-третє, представлені як структури, що регулюють поведінку людини і направлені на скорочення трансакційних витрат суспільства. Якщо ринок здійснює регулювання дій економічних агентів, спираючись на принцип раціональності, а прагнення до економічної раціональної поведінки максимізує прибуток фірм або корисність домогосподарств, то інститути, як регулятори, ґрунтуються на рольових відносинах. Суть рольового механізму проявляється в тому, що певному статусу індивіда на ринку праці відведена відповідна роль з набором поведінкових реакцій. При реалізації взаємних очікувань забезпечується економічна і соціальна взаємодія у формі співпраці. Інакше виникають соціальні конфлікти, зростає соціальна напруга» [14].

Поліфункціональність, як економічна категорія, спираючись на матеріали вільної енциклопедії – Вікіпедії, походить від грецького слова *poly* – багато і функція, та означає поєднання різних функцій в

одному співзвуччі.

І. В. Зосименко теж переконана, що інфраструктура ринку праці, як його складова частина, є «...поліфункціональною системою, що здатна використовувати різні організаційні форми та методи забезпечення зайнятості населення і соціального захисту; інститути й організації інфраструктури створюють правові, фінансово-економічні та інформаційні механізми регулювання ринку праці; взаємодія інститутів і механізмів повинна бути спрямована на створення сприятливих умов для досягнення ефективної зайнятості» [15, с. 300].

Дослідниця В. О. Рубежанська під інфраструктурою регіонального ринку праці (РРП) розуміє «...поліфункціональне утворення в окремому регіоні, яке включає в себе державні та недержавні інститути, які сприяють найефективнішому регулюванню попиту, пропозиції, ціноутворення на ринку праці. Причому такі утворення працюють за допомогою певних законодавчих, соціально-правових та економічних норм, які визначені на державному та регіональному рівнях». На жаль, дослідниця в своїй роботі [16, с. 587] чітко не окреслює функції інфраструктури РРП, а лише виокремила функцію коригування інфраструктурою процесів управління РРП, що сприяє повній та ефективній реалізації усіх функцій РРП.

Ми поділяємо думку вчених, що сучасний реконструктивний соціально-економічний розвиток регіонів України, а відповідно й регіональних ринків праці «має бути інтровертним, інклюзивним та

інноваційним» [17, с. 81]. Тому, на наше переконання, інфраструктура РРП в умовах нової траєкторії сталого суспільного розвитку – це нова поліфункціональна система взаємодіючих інституційних суб'єктів з відведеними їм багатогранними функціями, та об'єктів відносин, яка, під впливом глобалізації, Четвертої ІТР, використовуючи новітні ІКТ, спираючись на індивідуальне, сукупне та скоординоване знання, корегуючи підходи до управління, безперервно технологічно та інституційно самовідновлюється, перебудовується, модернізовуючи старі, вчасно звільняється від неефективних елементів, розбудовує нові стійкі та міцні інфраструктурні ланки, що орієнтуючись на інклюзивні запити суспільства, виходячи з реальних можливостей та пріоритетним використанням власного наявного ресурсного потенціалу регіону, створює якісно нові умови господарювання для досягнення ефективної зайнятості, формує нові цінності в українських громадян, як економічно активних особистостей з духовними, інтелектуальними та фізичними характеристиками, що відповідають вимогам соціуму до якісних параметрів сучасної робочої сили регіону, створює рівні умови для розвитку людського капіталу, забезпечує гідне, комфортне та безпечне середовище, забезпечує соціальний захист всіх членів суспільства.

Авторами систематизовано функції інфраструктури регіонального ринку праці (ІРРП) на етапі інноваційних зрушень в економіці України, табл. 1.

Таблиця 1

Функції інфраструктури регіонального ринку праці (ІРРП) на етапі інноваційних зрушень в економіці України

Функція	Зміст
Загальні функції	
Регулююча	Регулює інноваційний розвиток РРП
Забезпечувально-обслуговуюча	Здатність гнучко та чітко обслуговувати РРП, впливаючи на матеріально-технічне, фінансове, кадрове, організаційно-інформаційне, нормативно-правове, наукове та інше забезпечення для покращення реалізації основних напрямів державної політики у сфері зайнятості населення і трудової міграції в межах регіону і сприяння досягненню високого рівня життя населення;
Координаційна	Передбачає координацію умов взаємодії економічних суб'єктів та агентів РРП в процесі формування і реалізації державної регіональної політики, взаємоузгодження політики регіону з політикою розвитку окремих галузей та сфер в Україні;
Розподільна	Передбачає перерозподіл робочої сили між територіями за професіями, кваліфікацією, соціальними групами населення, видами економічної діяльності; реалізується через організації, які є «колективними» економічними «гравцями» та обмежують дії окремих економічних суб'єктів;
Мотиваційна	Передбачає створення умов для: реалізації економічної, юридичної та ціннісної мотивації зайнятості на регіональному ринку праці; забезпечення ефективної зайнятості населення регіону; активізації до інноваційної трудової діяльності всіх верств населення на територіальному рівні;
Кон'югаційно-інтеграційна	Здатність забезпечувати посилення складного характеру як вертикальної взаємодії між поліфункціональною інфраструктурою РРП та окремими елементами глобальної, національної і локальної інфраструктури ринку праці; так і горизонтальної взаємодії між елементами інфраструктури РРП та новими конструкціями інфраструктури ринку праці на індивідуальному рівні з приводу пошуку ефективних рішень, створення цінностей, необхідних людям, реалізації своїх переваг на основі компромісів і в інтересах всього суспільства;
Специфічні (власні незамінні) функції	
Прогностична	Дослідження світових трендів у соціально-трудовій сфері, визначення контурів розвитку ринку праці в регіонах України; розробка стратегічного прогнозу попиту та пропозиції на ринку праці в розрізі професійно-кваліфікаційних груп на всіх територіальних рівнях; а також

	упровадження властивого кожному суб'єкту регіональної політики інструментарію впливу на регіональний розвиток;
Інформаційна	Здатність створити сучасну технічну базу з інформаційно-комунікаційними технологіями (ІКТ), яка дозволить організовувати сучасний процес пошуку, створення, нагромадження, обробки, оцінки, захисту та передачі потоків інформації щодо потреб, умов найму, якості та ефективного використання робочої сили і робочих місць, рівня заробітної плати, скерувавши їх (потoki) до правил і норм, застосування яких заощадить ресурси, час користувачів, знизить невизначеність в ситуації вибору індивідами – напрямку виду діяльності, професії, необхідної кваліфікації майбутніх працівників, забезпечивши позитивний ефект взаємодій в умовах концентрації індивідуальних та колективних зусиль на принципах інформаційної відкритості управління та доступності;
Інноваційна	Здатність запустити процес симбіотичної творчості та полі суб'єктності в сфері інклюзивного зростання економіки регіонів України та інноваційного розвитку РРП, який орієнтується на створення та використання для соціуму нових цінностей у світі праці; формування сучасного прогресивного ставлення до вибору інноваційних цінностей у сфері праці; забезпечення умов щодо залучення інноваційної праці як форми реалізації людського компоненту інтелектуального капіталу;
Селективна	Селекція інноваційної праці за професіями та видами економічної діяльності; селекція інноваційних організаційно-правових форм управління елементами ІРРП;
Доповнюючі (делеговані) функції	
Функція нової якості бачення цілей, завдань, векторів розвитку та нагромадження	Здатність визначати розширене чітке уявлення у пересічних громадян та фахівців нового поліфункціонального змісту інфраструктури РРП з ефективним розподілом повноважень і врахуванням особливостей філософії її економічних суб'єктів, які підтримують мету, вектори майбутньої якісної зміни, використовують єдиний інструментарій для її досягнення, забезпечуючи зміну існуючих культурних стереотипів, формуючи сприятливу, доброзичливу творчу атмосферу, мотивацію, єдиний еталон цінностей, реалізуючи ідею суспільного консенсусу, закріплюючи ентузіазм, креативність та інноваційність, психологічну впевненість та командний дух.

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Аналіз фахової літератури дозволив виявити численні традиційні функції, які притаманні інфраструктурі ринку праці. Виявлено, що поліфункціональність є важливою та бажаною ознакою інфраструктури регіонального ринку праці на етапі інноваційних зрушень в економіці України. Проведене нами дослідження показує, що наповнення сучасної інфраструктури регіонального ринку праці включає

базові (основні) й допоміжні економічні суб'єкти, які спроможні виконувати: загальні (цільові), специфічні (власні, незамінні) й доповнюючі (делеговані, посередницькі) функції. Подальші дослідження будуть спрямовані на вивчення досвіду функціонування інфраструктури регіонального ринку праці у високо розвинених країнах світу з метою формування рекомендацій прикладного характеру як основи для стійкого, інклюзивного, інтровертного та інноваційного розвитку регіональної економіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про зайнятість населення [Електронний ресурс]: закон України від 1.03.1991 р. № 803-ХІІ. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/803-12>.
2. Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Механізми регулювання регіонального ринку праці: зб. наук. пр. – Львів, 2002. – Вип. 3 (XXXIV). – 399 с.
3. Брич, В. Я. Регіональний ринок праці / В. Я. Брич. – Тернопіль: Підручники і посібники, 2003. – 204 с.
4. Нижник, В. М. Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка: навч. посіб. для студ. ВНЗ / Нижник В. М. – Хмельницький: ХНУ, 2006. – 321 с.
5. Марченко, І. С. Інфраструктурна підтримка розвитку ринку праці України: [монографія] / І. С. Марченко. – К.: Ін-т демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи НАН України, 2013. – 150 с.
6. Богиня, Д. П. Основи економіки праці: навч. посіб. для студ. екон. спеціальностей / Д. П. Богиня, О. А. Грішнова. – К.: Знання-Прес, 2000. – 313 с.
7. Мазурок, П. П. Трансформація інститутів ринку праці в економіці України / П. П. Мазурок // Соціально-економічні трансформації в епоху глобалізації: матеріали Другої Всеукраїнської науково-практичної конф. – Полтава: Скайтек, 2007. – Том 1. – С. 41-45.
8. Мазурок, П. Методологічні та інституціональні основи визначення інфраструктури ринку праці України / П. Мазурок // Україна: аспекти праці. – 2005. – № 1. – С. 17-22.
9. Беленький, П. Ю. Інфраструктура ринку праці (глобалізаційні та регіональні аспекти) / П. Ю. Беленький, В. Б. Люткевич; НАН України, Ін-т регіон. досліджень; відп. ред. П. Ю. Беленький. – Львів, 2004. – 121 с.
10. Гашо, І. А. Інфраструктура ринку труда и характеристика ее элементов / И. А. Гашо, И. И. Лагунова // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2007. – № 1, часть 2. – С. 71-76.

11. Дружинина, В. В. Теоретическое обоснование параметров местного рынка труда / В. В. Дружинина // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності : зб. наук. пр. – Маріуполь : ДВНЗ «ПДТУ», 2013. – Вип. 1. – Т. 1. – С. 89-92.
12. Чернявська, О. В. Ринок праці / О. В. Чернявська. – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 522 с.
13. Федотова, Т. А. Ринок праці: навч. посіб. / Т. А. Федотова. – Дніпро: Вид-во ДНУ, 2012. – 184 с.
14. Зацарина, А. А. Влияние институтов на развитие и функционирование рынка труда / А. А. Зацарина // Вестник. – 2007. – № 17 (3). – С. 12-16.
15. Зосименко, І. В. Ринок праці і зайнятість населення в сучасній економіці / І. В. Зосименко. – К.: Освіта, 2003. – 368 с.
16. Рубежанська, В. О. Функції та ключові напрями управління регіональним ринком праці / В. О. Рубежанська // Економіка та суспільство. – 2016. – Вип. 7. – С. 582-589.
17. Білорус, О. Г. Теорія безпечного економічного розвитку / О. Г. Білорус // Економіка України. – 2018. – № 2 (675). – С. 79-82.

REFERENCES

1. Pro zainiatist naselennia: zakon Ukrainy vid 1.03.1991 r. № 803-XII [On Employment of the Population: Law of Ukraine]. Retrieved from: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/803-12> [in Ukrainian].
2. Sotsialno-ekonomichni doslidzhennia v perekhidnyi period [Socio-economic research in the transition period]. Mekhanizmy rehuliuвання rehionalnoho rynku pratsi: zb. nauk. pr. – Mechanisms for regulating the regional labor market, Lviv, 3 (XXXIV), 399 [in Ukrainian].
3. Brych, V. Ya. (2003). Rehionalnyi rynek pratsi [Regional labor market]. Ternopil: Pidruchnyky i posibnyky [in Ukrainian].
4. Nyzhnyk, V. M. (2006). Rozmishchennia produktyvnykh syl i rehionalna ekonomika: navch. posib. dlia stud. VNZ [Placement of productive forces and regional economics]. Khmelnytskyi: KhNU [in Ukrainian].
5. Marchenko, I. S. (2013). Infrastruktura pidtrymka rozvytku rynku pratsi Ukrainy [Infrastructure Support for Ukraine's Labor Market Development]. Kyiv: In-t demohrafii ta sotsialnykh doslidzhen imeni M. V. Ptukhy NAN Ukrainy [in Ukrainian].
6. Bohynia, D. P., Hrishnova, O. A. (2000). Osnovy ekonomiky pratsi [Basics of labor economics: teach. manual for studio econ specialties]. Kyiv: Znannia-Pres [in Ukrainian].
7. Mazurok, P. P. (2007). Transformatsiia instytutiv rynku pratsi v ekonomitsi Ukrainy [Transformation of labor market institutions in the economy of Ukraine]. Sotsialno-ekonomichni transformatsii v epokhu hlobalizatsii – Socio-economic transformations in the era of globalization : Materials of the Second All-Ukrainian Scientific and Practical Conference, (pp. 41-45), Poltava: Skaitek, Tom 1 [in Ukrainian].
8. Mazurok, P. (2005). Metodolohichni ta instytutsionalni osnovy vyznachennia infrastruktury rynku pratsi Ukrainy [Methodological and institutional bases for determining the labor market infrastructure of Ukraine]. Ukraina: aspekty pratsi. – Ukraine: aspects of labor, 1, 17-22 [in Ukrainian].
9. Bieliienkyi, P. Yu., Liutkevych, V. B. (2004). Infrastruktura rynku pratsi (hlobalizatsiini ta rehionalni aspekty) [Labor Market Infrastructure (Globalization and Regional Aspects)]; NAN Ukrainy, In-t rehion. Doslidzhen. Luhansk [in Ukrainian].
10. Hasho, Y. A., Lahunova, Y. Y. (2007). Ynfrastruktura ryinka truda y kharakterystyka ee elementov [Labor Market Infrastructure and Characteristics of Its Elements]. Ekonomycheskyi vesnyk Rostovskoho hosudarstvennoho unyversyteta – Economic Journal of the Rostov State University, 1, 2, 71-76 [In Russian].
11. Druzhynyna, V. V. (2013). Teoretycheskoe obosnovanye parametrov mestnogo ryinka truda [Theoretical substantiation of the parameters of the local labor market]. Teoretychni i praktychni aspekty ekonomiky ta intelektualnoi vlasnosti – Theoretical and practical aspects of economy and intellectual property, Mariupol: DVNZ «PDTU», 1, 1, 89-92 [in Ukrainian].
12. Cherniavska, O. V. (2013). Rynek pratsi [Labor market]. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury [in Ukrainian].
13. Fedotova, T. A. (2012). Rynek pratsi [Labor Market]. Dnipro: Vyd-vo DNU [in Ukrainian].
14. Zatsarinina, A. A. (2007). Vliyanie institutov na razvitie i funktsionirovanie ryinka truda [The Influence of Institutions on the Development and Functioning of the Labor Market]. Vestnik – Herald, 17 (3), 12-16 [In Russian].
15. Zosymenko, I. V. (2003). Rynek pratsi i zainiatist naselennia v suchasni ekonomitsi [Labor market and employment in the modern economy]. Kyiv: Osvita [in Ukrainian].
16. Rubezhanska, V. O. (2016). Funktsii ta kliuchovi napriamy upravlinnia rehionalnym rynkom pratsi [Functions and key directions of management of the regional labor market]. Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society, 7, 582-589 [in Ukrainian].
17. Bilorus, O. H. (2018). Teoriia bezpechnoho ekonomichnoho rozvytku [The theory of safe economic development]. Ekonomika Ukrainy – Economy of Ukraine, 2 (675), 79-82 [in Ukrainian].

Зуб Мария Ярославовна, Шулика Дана Артёмовна. ПОЛИФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ТРУДА НА ЭТАПЕ ИННОВАЦИОННЫХ СДВИГОВ В ЭКОНОМИКЕ УКРАИНЫ

Нынешнее состояние инфраструктурного обеспечения рынка труда в регионах Украины характеризуется

незавершенностью реформ его структурно-функциональной организации, несовершенным функционалом, замедлением процессов оптимизации, которая тормозит своевременное решение проблем занятости и повышения уровня жизни населения. Следовательно, возникла необходимость активизации функциональной деятельности всех элементов инфраструктуры регионального рынка труда, разработки их новых функций, адекватных инновационно-информационной модели развития экономики. Цель статьи – обосновать сущностное наполнение современной инфраструктуры регионального рынка труда как полифункциональной системы и усовершенствовать ее функции в условиях инновационного развития регионов Украины. Исследование цели предусматривает использование методов исторического анализа, индукции и дедукции. В статье выяснены исторические условия становления, формирования и развития базовых элементов инфраструктуры национального рынка труда в период после 1991 г. в связи с осуществляемой политикой реформ. Исследованные проблемы противоречивого и медленного становления институциональной базы реализации политики регулирования рынка труда и недостаточного использования на практике в совместно-раздельной деятельности инфраструктурных звеньев функции координации, распределительной и мотивационной функций в системе организации трудоустройства на национальном и региональном уровнях. Научная новизна исследования заключается в формулировке авторской трактовки «инфраструктуры регионального рынка труда» как новой полифункциональной системы взаимодействующих институциональных субъектов с соответствующими и многогранными функциями, которая, под воздействием глобализации, используя новейшие технологии, опираясь на индивидуальное, совокупное и координированное знание, корректируя подходы к управлению, непрерывно технологически и институционально самовосстанавливается, перестраивается, модернизируя старые, вовремя освобождается от неэффективных элементов, развивает новые стойкие и крепкие инфраструктурные звенья, которые ориентируясь на инклюзивные запросы общества, исходя из реальных возможностей и приоритетного использования собственного имеющегося ресурсного потенциала региона, создает качественно новые условия ведения хозяйства для достижения эффективной занятости, формирует новые ценности украинских граждан, создает равные условия для развития человеческого капитала, обеспечивает достойную, комфортную и безопасную среду, обеспечивает социальную защиту всех членов общества. Практическая значимость заключается в разработке, систематизации и применении общих (целевых), специфических (собственных незаменимых) и дополняющих (делегированных, посреднических) функций инфраструктуры регионального рынка труда как основы для устойчивого, инклюзивного, интровертного инновационного развития региональной экономики.

Ключевые слова: полифункциональность, институты рынка труда, инфраструктура регионального рынка труда, функции инфраструктуры рынка труда, функции регионального рынка труда.

Zub Mariya Ya., Shulika Dana A. POLYFUNCTIONALITY OF THE INFRASTRUCTURE OF THE REGIONAL LABOR MARKET IN THE STAGE OF INNOVATIVE SHIFTS IN THE ECONOMY OF UKRAINE

The current state of the infrastructural provision of the labor market in the regions of Ukraine is characterized by reform incompleteness of its structural and functional organization, imperfect functional, deceleration of optimization processes, which impede timely resolution of employment problems and raising of the living standards of the population. Consequently, there is a need to intensify the functional activities of all elements of the regional labor market infrastructure, the development of their new functions, adequate innovation and information model of economic development. The purpose of the article is to substantiate the essential filling of the modern infrastructure of the regional labor market as a polyfunctional system and to improve its functions in conditions of innovative development of regions of Ukraine. The research of the purpose involves the use of methods of historical analysis, induction and deduction. The article analyzes the historical conditions for the incipience, formation and development of the basic elements of the infrastructure of the national labor market in the period after 1991 in connection with the policy of reforms. The problems of the contradictory and slow incipience of the institutional basis for the implementation of the labor market regulation policy and the lack of practical application in jointly-divided activities of the infrastructure units of function of coordination, distribution and motivation functions in the system of organization of labor use at the national and regional levels have been investigated. The scientific novelty of the study is a formulation of the author's interpretation of "infrastructure of the regional labor market" as a new polyfunctional system of interacting institutional actors with the multifaceted functions, which, under the influence of globalization, using the latest technologies, based on individual, cumulative and coordinated knowledge, adjusting approaches to management, continuously technologically and institutionally self-heals, rebuilds, modernizing the old ones, timely releasing from ineffective elements, builds new stable and strong infrastructural units that focusing on the inclusive demands of the society, based on real opportunities and the priority use of its own available resource potential of the region, create qualitatively new business conditions for effective employment, form new values for Ukrainian citizens, create equal conditions for development of human capital, provide a decent, comfortable and safe environment, provide social protection for all members of society. Practical significance is the development, systematization and application of general (target), specific (own and irreplaceable) and complementary (delegated, intermediary) functions of the regional labor market infrastructure as the basis for sustainable, inclusive, introvert and innovative development of the regional economy.

Key words: polyfunctionality, labor market institutions, infrastructure of the regional labor market, functions of the labor market infrastructure, functions of the regional labor market.

Одержано 10.10.2018 р.

Ліба Наталія Степанівна,

к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування та маркетингу,
Мукачівський державний університет,

Рибчак Віталій Іванович,

к.е.н., доцент кафедри маркетингу,
Уманський національний університет садівництва

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОЇ ПОЛІТИКИ ОБЛАСТЕЙ КАРПАТСЬКОГО ЕКОНОМІЧНОГО РАЙОНУ

Поглиблене дослідження діяльності промислових підприємств у галузях, які зараховано до наукомістких, засвідчує, що промисловий комплекс Карпатського економічного району зокрема, як й України загалом знаходиться в третьому технологічному укладі, який базується на переважанні в структурі промислового виробництва частки важкого машинобудування та електротехнічної промисловості, пріоритетному розвитку хімічної промисловості. Переважна більшість промислових підприємств не відповідає вимогам та світовим стандартам щодо матеріало-, ресурсо- та енергоємності. Усе це призводить до зменшення рівня конкурентоспроможності продукції українських виробників, а отже потребує ґрунтовного наукового дослідження. Метою статті є обґрунтування шляхів та напрямів удосконалення організаційного забезпечення реалізації регіональної промислової політики областей Карпатського економічного району. У процесі роботи над статтею застосовано загальні методи наукового дослідження, табличні та графічні методи наукової візуалізації. Проведене дослідження засвідчило, що посилення зорієнтованості регіональної промислової політики у напрямі стимулювання розвитку галузей промисловості, які характеризуються вищим значенням індексу спеціалізації: легка промисловість (текстильне виробництво, виробництво одягу, шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів), деревообробна (виготовлення виробів з деревини, паперу та поліграфічна діяльність) та виготовлення меблів. Оцінювання оптимальності структури промислового сектору Карпатського економічного району за формами власності з застосуванням правила «золотого перетину» («золотої пропорції») доводить, що важливою передумовою формування ефективних інститутів розвитку промислового сектору є не стільки процеси роздержавлення та приватизації, скільки покращення параметрів розвитку сектору у їх наслідку. Найбільш наближеною до зон ризику є ситуація у Закарпатській та Чернівецькій областях, і, на нашу думку, це потребує уваги з боку органів регіонального управління, щодо стимулювання приватизаційних процесів на рівні областей. Практичне значення отриманих результатів полягає у формуванні практичних рекомендацій спрямованих на удосконалення організаційного забезпечення реалізації регіональної промислової політики. Подальші дослідження будуть спрямовані на уточнення рекомендацій прикладного характеру у розрізі кожної з областей.

Ключові слова: галузі промисловості, Карпатський економічний район, індекси продуктивності праці та продуктивності капіталу, власність.

ВСТУП

Постановка проблеми. Домінуючою тенденцією суспільно-політичних й економічних трансформацій в Україні впродовж останніх десятиліть є активна регіоналізація соціально-економічного розвитку держави, що підвищує інтерес до дослідження українських регіонів як специфічних соціально-економічних систем.

Проведений аналіз структури й динаміки розвитку промислового сектору Карпатського економічного району засвідчує існування пріоритетних, базових галузей та сфер економічної діяльності, які формують ядро промислового виробництва: машинобудування, харчова й легка промисловість, хімічна промисловість, деревообробна, нафтовидобувна промисловість та виробництво продуктів нафтоперероблення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні основи сучасної регіональної політики досліджували такі відомі українські вчені, як В. Бакуменко, В. Бодров, О. Ігнатенко, Р. Калужний, Ю.

Лебединський, С. Мельник, Н. Нижник, Г. Одінцова, В. Олуйко, І. Розпутенко, В. Скуратівський, Л. Шкляр, В. Яцуба, В. Яцюк та ін. Вивченню концептуальних засад державної регіональної політики присвятили свої праці В. Авер'янов, Г. Атаманчук, І. Варзар, С. Дубенко, В. Князев, А. Паламар, С. Романюк, В. Селіванов, В. Тронь, В. Цветков та ін.

Мета статті (постановка завдання). Метою статті є обґрунтування шляхів та напрямів удосконалення організаційного забезпечення реалізації регіональної промислової політики областей Карпатського економічного району.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Важливим елементом сформованої моделі інституціональної архітекτονіки регіональної промислової політики Карпатського економічного району є розвиток відносин власності.

Для областей Карпатського економічного району питання власності та ефективності приватизаційних процесів були й залишаються

актуальними (табл. 1).

Динаміка приватної власності на рівні Карпатського економічного району відстає від середньоукраїнського значення, лише 50 відсотків юридичних осіб району здійснюють економічну діяльність у приватній власності.

Стабільно високою є частка приватних підприємств у Львівській області. Протягом аналізованого періоду приватний сектор становить більше 55%, що наближається до значення промислово розвинених регіонів України.

Таблиця 1

Частка приватної власності в загальній кількості юридичних осіб

Регіон	2011	2013	2014	2015	2016	2017
Україна	61,37	61,81	62,37	62,89	63,20	63,55
Карпатський економічний район	49,95	49,96	50,16	50,23	50,18	50,23
Закарпатська область	43,01	42,04	41,98	41,83	42,15	42,70
Івано-Франківська область	48,68	48,04	48,13	48,39	48,61	48,34
Львівська область	55,91	56,19	56,42	56,34	56,05	55,86
Чернівецька область	39,49	40,14	40,44	40,82	40,69	41,00

Джерело: [1]

Важливою передумовою формування ефективних інститутів розвитку промислового сектору є не стільки процеси роздержавлення та приватизації, скільки покращення параметрів розвитку сектору в їх наслідку. Так, для прикладу, протягом першого періоду економічних реформ у Польщі тільки 11% державних промислових підприємств перейшли до приватної форми власності, решта продовжували функціонувати під контролем із боку держави. На етапі завершення реформ (до 1994 року) частка випуску приватизованими підприємствами в загальному обсязі ВВП у Польщі становила 29%. Для порівняння у Росії на початку реформ протягом аналогічного проміжку часу 62,5% усіх підприємств і організацій опинилися в приватній власності, а у період з 1992 року по 1999 рік обсяг валового промислового виробництва скоротився приблизно на 50% [2, с. 10-11].

Для більшості українських промислових об'єктів процес приватизації характеризувався не покращенням результатів виробничо-господарської діяльності, а її завершенням. Потужні виробники промислової продукції, в тому числі й на рівні Карпатського економічного району, в процесі зміни системи організаційно-економічних та техніко-економічних відносин стали неконкурентоспроможними й зупинили економічну діяльність.

На думку окремих українських та закордонних економістів, існує певна критична межа частки приватного сектору в промисловості [3]. Для її визначення застосовується правило «золотого перетину» («золотої пропорції»), яке визначає, що оптимальним вважається наступне співвідношення державного й приватного секторів: частка державного сектору повинна знаходитися в межах 38% або 62%, а відповідно, протилежною повинна бути частка приватного сектору. Вважається, що, за умови збереження зазначених пропорцій, господарська система є максимально стійкою та функціональною, забезпечує діяльність максимально ефективно. Будь-які відхилення економічних параметрів від оптимальних, «золотих» пропорцій є небажаними та погіршують функціонування економічної системи [3].

Якщо дослідити динаміку змін і значення частки

приватного сектору за областями Карпатського економічного району, то можна зробити висновок, що розвиток відбувається в напрямі формування класичної моделі приватної власності: частка приватного сектору – 60-62%, частка державного сектору – 38-40% (рис. 1).

З цих позицій влучним є висновок Т. Угарині, яка, на фоні незворотності перетворень у структурі відносин власності, визначила орієнтовну оптимальну межу приватної власності в процесі реструктуризації відносин власності на рівні 61,8%.

Оцінювання оптимальності структури промислового сектору за формами власності доводить, що найкращою є структура в Івано-Франківській області. Найбільш наближена до зон ризику – ситуація в Закарпатській та Чернівецькій областях, і, на нашу думку, це потребує уваги з боку органів регіонального управління щодо стимулювання приватизаційних процесів на рівні областей.

Складність та суперечливість приватизаційних процесів стосовно об'єктів промислового сектору значною мірою пов'язана з особливістю промислового виробництва: переважання в його структурі великих та середніх підприємств.

Більшість промислових підприємств Карпатського економічного району були створені ще в Радянському Союзі, промисловий сектор якого характеризувався значними масштабами й не завжди оптимальними підходами до будівництва промислових об'єктів. Окрім того, значні обсяги промислового виробництва пов'язані з необхідністю мінімізації операційних й інших витрат та особливостями технологічних процесів у промисловості.

Основна частка підприємств цієї групи знаходиться в колективній формі власності, а отже, є цікавою для власників лише за наявності прибутків.

Процес приватизації промислових підприємств в Україні відбувався шляхом корпоратизації великих і середніх державних підприємств. За період із 1992-2000 рр. шляхом переходу до акціонерної власності було приватизовано 80% від загальної кількості промислових об'єктів державної власності, з яких більше 78% – великі промислові підприємства. Проте в подальшому потенційні внутрішні інвестори переглянули власні позиції. Частка населення, що негативно ставиться до приватизації великих

підприємств, зросла з 38,4% на початок 1994 року до 60,9% на початок 2005 року [4, с. 20].

Проблема збереження великих підприємств промислового комплексу Карпатського економічного району загалом є надзвичайно дискусійною. Особливо гостро вона постає у період посилення інтеграційних процесів із Європейським Союзом. Промислові «гіганти» з застарілим обладнанням та технологією, з

хронічною збитковістю та значною технічно й морально застарілою інфраструктурою в умовах значного посилення конкуренції та відсутності платоспроможного реального інвестора є тягарем для власників і реального сектору регіону.

Процес зміни тенденцій у структурі промислових підприємств за розмірами чітко простежується в даних, запропонованих у таблиці 2.

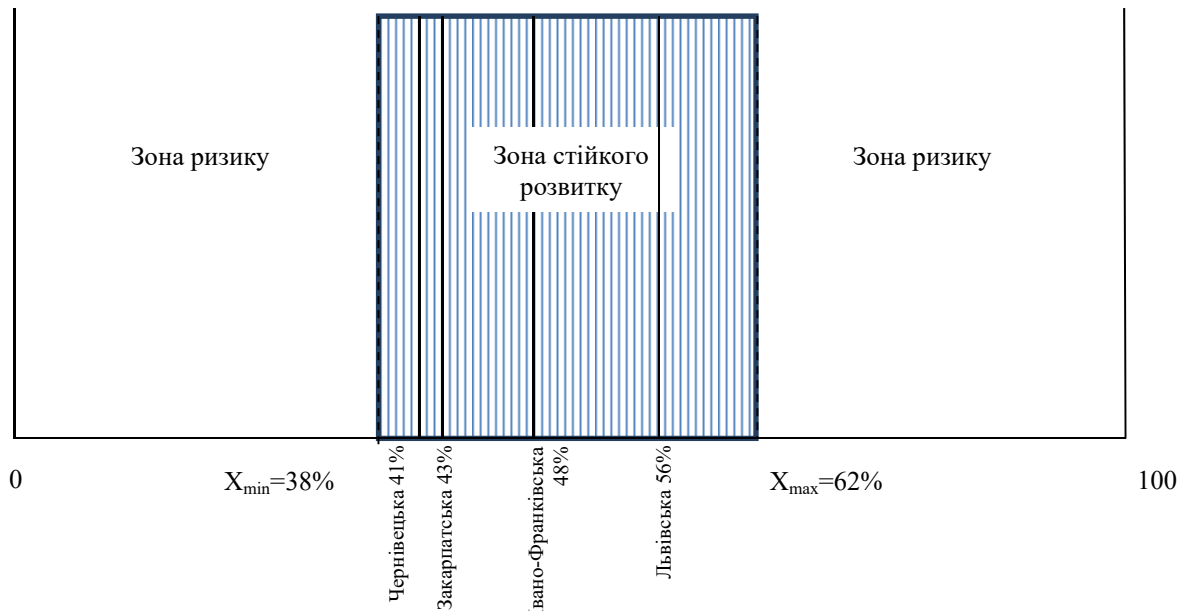


Рис. 1. Дихотомія структурних зон промислового сектору регіону за видами власності, 2017 р. (сформовано автором на основі [3])

Таблиця 2

Обсяг реалізованої продукції промислових підприємств за їх розмірами

% від загальної кількості

Регіон	Роки	Розмір підприємства		
		великі підприємства	середні підприємства	малі підприємства
Львівська область	2011	68,1	25,4	6,5
	2012	59,1	34,3	6,6
	2013	58,8	33,3	7,9
	2014	50,5	41,7	7,8
	2015	45	44,8	10,2
	2016	37,4	52,6	10
Закарпатська область	2011	66,5	26	7,5
	2012	63,2	29,4	7,4
	2013	45,9	46,2	7,9
	2014	31,5	59,4	9,1
	2015	24,4	66,3	9,3
	2016	17,7	71,1	11,2
Івано-Франківська область	2011	55,6	38,9	5,5
	2012	42,9	50,6	6,5
	2013	25,9	63,8	10,3
	2014	24,6	61,3	14,1
	2015	23	63,5	13,5
	2016	33,7	50,5	15,8
Чернівецька область	2011	51,3	33,4	15,3
	2012	51,1	33,1	15,8
	2013	49,8	35,3	14,9
	2014		80,4	19,6
	2015		80,3	19,7
	2016		81,2	18,8

Джерело: сформовано автором за [6-10]

У 2015-2016 рр. переважаючою (50-80% від загальної кількості) стала частка середніх підприємств, які є більш маневреними з позиції інвестиційно-інноваційної діяльності, мають можливості до перегляду виробничої та збутової діяльності, в переважній більшості є інтегрованими до європейських промислових ринків, мають більші можливості до зростання продуктивності праці та капіталу.

У кожній області району спостерігається значне перевищення обсягів реалізованої продукції великих та середніх підприємств:

- у Львівській області частка реалізованої промислової продукції великих підприємств протягом усього аналізованого періоду є найбільшою. Проте спостерігається тенденція до зменшення її величини від 68% від загального обсягу (у 2011 році) до 37% (у 2016 році). Для області характерною є переорієнтація промислового виробництва на середній бізнес (його частка становить більше 50% від сукупного обсягу реалізованої продукції);

- аналогічними є процеси й в Івано-Франківській області: зменшення частки великих підприємств у загальному обсязі реалізованої продукції (з 56% у 2011 році до 34% у 2016 році) та зростання участі середнього бізнесу в її створенні (до 50% у 2016 році);

- ситуація в промисловому секторі Закарпатської області є значно складнішою: зменшення частки виробництва на великих підприємствах значно перевищує динаміку двох попередніх областей: з 67% від загального обсягу реалізованої продукції в 2011 році до 18% – у 2016 році. Частка середнього бізнесу зростає також у більш широкому діапазоні: з 26% до 71% протягом аналізованого періоду. Пояснення полягає в структурі промислового виробництва області – переважання підприємств легкої та харчової промисловості. В умовах висококонкурентного ринку підприємства середнього бізнесу характеризуються більш високим рівнем маневреності та спроможні більш швидко переорієнтовувати структуру товарної пропозиції;

- у Чернівецькій області частка великих підприємств взагалі наблизилась до 0%. Це єдина область Карпатського економічного району, в якій спостерігається позитивна тенденція щодо частки реалізованої промислової продукції підприємств малого бізнесу (вона зросла з 15% у 2011 році до

практично 20% у 2015-2016 рр.). Основною (понад 80% від загального обсягу продукції) є частка виробництва середніх підприємств у промисловому комплексі Чернівецької області.

Суттєві зміни в структурі підприємств промислового комплексу Карпатського економічного району відповідають загальносвітовим тенденціям та вимогам. Загальна тенденція щодо зменшення частки великих підприємств пов'язана з низькою їх конкурентоспроможністю й відсутністю реальної зацікавленості з боку потенційних інвесторів. За умов мінливого та нестабільного споживчого ринку можливості підприємств малого й середнього бізнесу є більш вагомими, а отже, саме стимулювання їх діяльності повинно стати пріоритетним напрямом регіональної промислової політики.

Переважання у структурі промислового сектору району галузей, що характеризуються значним рівнем працевісткості визначає необхідність проведення дослідження ефективності використання трудових ресурсів Карпатського економічного району.

Основним показником, який дозволяє оцінити результативність праці у промисловості кожної з областей району є показник продуктивності праці – узагальнюючий показник, який характеризує ефективність використання трудових ресурсів у виробництві промислових товарів. Продуктивність праці характеризується кількістю виробленої промислової продукції, яка припадає на одного зайнятого у промисловому секторі областей району.

Для аналізу стану та динаміки продуктивності праці у промисловому секторі областей Карпатського економічного району скористаємося даними Державної служби статистики України за період 2012-2016 рр.:

- зайняте населення у промисловості за регіонами – особи у віці 15-70 років, які: працювали за наймом за винагороду в грошовому чи натуральному вигляді, індивідуально (самостійно), в окремих громадян або на власному (сімейному) підприємстві у промисловому секторі району;

- обсяг реалізованої промислової продукції за регіонами України та Карпатського економічного району – вартісний показник, який визначає обсяги виготовленої та реалізованої промислової продукції.

Узагальнені результати аналізу продуктивності праці областей Карпатського економічного району наведено у таблиці 3.

Таблиця 3

Динаміка продуктивності праці у фактичних цінах, 2012-2016 рр.

Регіон	тис грн. на одного зайнятого					
	2012	2013	2014	2015	2016	2016/2012, %
Україна	333,52	339,34	412,53	581,22	708,31	212,37
Закарпатська область	139,86	154,07	181,81	237,52	298,72	213,59
Івано-Франківська область	314,30	283,55	339,79	479,80	510,10	162,30
Львівська область	201,27	194,48	233,98	362,85	452,57	224,86
Чернівецька область	98,32	101,87	121,65	186,77	234,01	230,09

Джерело: розраховано автором на основі статистичних даних Державної служби статистики України

Позитивна динаміка обсягу промислової продукції на одного зайнятого беззаперечно є важливим аргументом щодо сприятливого розвитку

промислового сектору району. Проте визначена динаміка є результатом зростання вартісних характеристик промислової продукції, а не їх

натурального обсягу.

Крім того, одним з чинників зростання величини продуктивності праці є зменшення чисельності зайнятого населення у промисловості, як за областями району, так і в Україні загалом (табл. 4).

На основі аналізу даних, наведених у таблиці 4, можна зробити висновок, що чисельність зайнятого у промисловому секторі населення зменшується у

областях Карпатського економічного району менші швидкими темпами, ніж в середньому по Україні: в Україні зменшення становить практично 25% від загального обсягу, а в областях району коливається у межах 4,8-7,5%. Визначену тенденцію можна вважати як позитивну, оскільки вона засвідчує схильність трудових ресурсів району до збереження трудових відносин з промисловими підприємствами.

Таблиця 4

Динаміка зайнятого населення у промисловості Карпатського економічного району, 2012-2016 рр.

тис осіб

Регіон	2012	2013	2014	2015	2016	2016/2012, %
Україна	3345,6	3274,8	2898,2	2573,9	2494,8	74,57
Закарпатська область	61,8	60,3	59,5	58,5	58,8	95,15
Івано-Франківська область	72,6	72,2	68,7	68,1	68,8	94,77
Львівська область	158,9	158,3	154,2	148,7	148,9	93,71
Чернівецька область	39,9	39,4	36,6	36,1	36,9	92,48

Джерело: розраховано автором на основі статистичних даних Державної служби статистики України

У процесі аналізу важливим моментом є проведення індексного аналізу з метою визначення тенденції змін аналізованого показника. У таблиці 5 наведено динаміку змін продуктивності праці у % до

попереднього року. У 2016 році спостерігається негативна тенденція щодо уповільнення динаміки зростання показника продуктивності праці.

Таблиця 5

Індекс продуктивності праці у фактичних цінах, 2012-2016 рр.

% до попереднього року

Регіон	2013	2014	2015	2016
Україна	101,75	121,57	140,89	121,87
Закарпатська область	110,16	118,00	130,64	125,77
Івано-Франківська область	90,22	119,83	141,20	106,32
Львівська область	96,63	120,31	155,08	124,73
Чернівецька область	103,61	119,42	153,53	125,29

Джерело: розраховано автором на основі статистичних даних Державної служби статистики України

Особливо ця тенденція простежується у Івано-Франківській, Львівській та Чернівецькій областях. Визначена тенденція засвідчує зменшення внутрішніх резервів покращення результативності та ефективності виробничої діяльності на промислових підприємствах району та необхідність переходу до важелів активної регіональної промислової політики.

Не дивлячись на позитивну динаміку показника продуктивності праці протягом останніх років, переважна більшість вітчизняних та закордонних науковців відстоюють позицію, згідно з якою регіони України (у тому числі і області, які включено до складу Карпатського економічного району) відстають від економічно розвинених країн. Серед основних причин низького рівня продуктивності праці у промисловому секторі можна виділити такі:

1) значна частка та збереження надлишкової чисельності трудових ресурсів на промислових підприємствах державної форми власності;

2) неефективність та трудомісткість технологічного процесу на переважній більшості промислових підприємств району;

3) високий рівень тінізації промислового виробництва і, відповідно, відсутність фактичної достовірної інформації про результати промислового виробництва та чисельність зайнятих у промисловості;

4) відсутність довгострокової чіткої стратегії реальної реструктуризації промислового сектору;

5) високий рівень зносу основних засобів та слабка ефективність технологічного процесу промислового виробництва;

6) слабка фінансова зацікавленість зовнішніх та внутрішніх інвесторів щодо здійснення технологічного та фінансового інвестування;

7) низький рівень кваліфікації залучених трудових ресурсів та відсутність мотивації до покращення їх якісних характеристик.

Високий рівень морального та фізичного зносу основного капіталу промислового сектору району виступає одним з вагомих чинників, які негативно впливають на результати діяльності, рівень продуктивності праці сектору, конкурентоспроможність виготовленої продукції.

Досвід розвинених країн світу показує, що стабільний розвиток реального сектору економіки є можливим лише за умови забезпечення постійних відтворювальних процесів та визначення частки інвестицій у основний капітал на рівні 20% від ВВП (у 2016 році частка інвестицій в основний капітал у США становила 19,5%, Німеччині – 20%, Китаю – 43%, Росії – 21% ВВП) (табл. 6).

В Україні даний показник за останні роки має тенденцію до скорочення (якщо у 2012 р. він становив 19%, то у 2016 р. – 15%). Частка ВВП, яка спрямована на оновлення та придбання основного капіталу, є однією з найменших серед групи пострадянських

країн.

Визначена тенденція щодо незначної частки інвестицій в основний капітал та тенденція щодо її зменшення пояснюється з одного боку, низьким рівнем фінансових доходів суб'єктів економічної діяльності

країни, з іншого – відсутністю зацікавленості з їх боку відносно вкладання ресурсів у реальні інвестиції у зв'язку з нестабільною економічною та політичною ситуацією.

Таблиця 6

Валове нагромадження основного капіталу, 2012-2016 рр.

Країна	2012	2013	2014	2015	% від ВВП
Китай	45,27	45,51	45,04	43,76	42,86
Німеччина	20,11	19,70	20,00	19,85	20,04
Франція	22,48	22,06	21,84	21,57	21,96
Грузія	24,83	21,95	25,85	28,44	30,30
Молдавія	23,65	22,94	24,73	24,08	22,32
Польща	19,79	18,81	19,73	20,09	18,07
Російська Федерація	21,55	21,78	21,25	20,74	21,05
Україна	18,99	16,86	14,14	13,55	15,15
США	18,97	19,21	19,70	19,81	19,50

Джерело: сформовано автором за даними Світового банку [5]

Показник валового нагромадження є відносним і відображає тільки співвідношення абстрактного значення валового внутрішнього продукту країни та абстрактного значення валового накопичення основного капіталу, або те що у 2016 році в Україні на інвестиції в основний капітал виділялося 15,15% ВВП. Не дивлячись на часткове зростання показника протягом останніх років, його величина на рівні 15% є недостатньою для забезпечення оптимальних відтворювальних процесів. Україні необхідно подолати значне відставання від тенденцій, сформованих у розвинених країнах, а для цього необхідним є більш інтенсивне накопичення та оновлення основного капіталу.

Сформоване значення норми валового

накопичення є недостатньою для фінансування активної модернізації економіки країни, особливо з врахуванням значного ступеня зношення основних засобів та необхідності значного технологічного оновлення у провідних галузях економіки. Активна політика стимулювання валового накопичення основних засобів повинна бути зорієнтована на зростання частки інвестицій в основний капітал до рівня 25-30% від ВВП та наближатися до рівня індустріальних країн, які вдало здійснюють модернізацію власного реального сектору.

Дослідження тенденцій, що склалися у промислового секторі Карпатського економічного району, засвідчує, що ситуація є відповідною до загальноукраїнських тенденцій (табл. 7).

Таблиця 7

Динаміка валового нагромадження основного капіталу у промисловості, 2012-2016 рр.

Регіон	2012	2013	2014	% від ВРП
Україна	7,09	6,95	5,43	4,41
Закарпатська область	3,08	3,40	3,10	2,98
Івано-Франківська область	6,24	5,07	6,88	4,46
Львівська область	4,27	5,52	3,77	3,86
Чернівецька область	1,30	1,51	1,27	1,39

Джерело: розраховано автором на основі статистичних даних Державної служби статистики України

Протягом аналізованого періоду, як по Україні загалом, так і в областях Карпатського економічного району спостерігається негативна тенденція щодо зменшення обсягу інвестицій в основний капітал у промисловому секторі. Найбільшим та максимально наближеним до значення середнього по Україні є величина валового нагромадження основного капіталу у Івано-Франківській області. В окремі періоди спостерігається перевищення значення по Україні (у 2014 році – 6,88% від ВРП (по Івано-Франківській області) та 5,43% від ВРП (по Україні).

Найгіршою є ситуація у Чернівецькій області – обсяг інвестицій в оновлення основного капіталу становить лише 1-1,5% від ВРП області. Це значення засвідчує негативні тенденції до зростання ступеня

зношення основного капіталу у промисловому секторі області та унеможливорює зростання обсягів виробництва промислової продукції.

Вагомою якісною характеристикою розвитку промислового капіталу є величина валового нагромадження капіталу, що припадає на одного зайнятого. Даний показник є важливим і в контексті даного дослідження, оскільки відображає вплив стану та динаміки оновлення основного капіталу на продуктивність праці.

Дослідження динаміки даного показника, результати якого відображено у таблиці 8, засвідчують протилежну динаміці попереднього показника тенденцію: як загалом по Україні, так і за областями Карпатського економічного району спостерігається

тенденція до зростання величини валового нагромадження основного капіталу у промисловості порівняно з попереднім періодом.

Позитивна динаміка показника засвідчує зростання рівня капіталоозброєності праці у промисловому секторі областей району. Найбільш вагомим є зростання показника у 2016 році: у

Закарпатській області зростання становило 53,49% у порівнянні з попереднім роком; у Івано-Франківській області – 32,99%; у Львівській області – 73,87%; у Чернівецькій області – 57,73%. Зазначена динаміка відповідає тенденціям визначеним загалом по Україні – зростання значення показника на 39% у порівнянні з попереднім роком (табл. 9).

Таблиця 8

**Динаміка валового нагромадження основного капіталу у промисловості,
2012-2016 рр.**

Регіон	2012	2013	2014	2015	2016
Україна	30,90	32,29	29,75	34,06	47,23
Закарпатська область	10,67	12,07	12,55	14,72	22,60
Івано-Франківська область	27,76	23,32	37,72	30,05	39,97
Львівська область	16,66	22,08	17,85	24,58	42,73
Чернівецька область	4,30	5,27	5,21	7,11	11,21

тис. грн. на одного зайнятого

Джерело: розраховано автором на основі статистичних даних Державної служби статистики України

Наступною важливою характеристикою розвитку промислового комплексу є продуктивність капіталу – узагальнюючий показник ефективності використання основних засобів, що характеризує обсяг виробленого продукту, який припадає на одиницю основного капіталу.

Дослідження продуктивності капіталу на рівні

національної економіки засвідчує, що у 2016 р. у переробній промисловості її значення зросло на 2,6%, у постачанні електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря – на 1,2%, у добувній промисловості і розробленні кар'єрів – скоротилась на 2,6%.

Таблиця 9

**Динаміка валового нагромадження основного капіталу у промисловості
(тис. грн на одного зайнятого), 2012-2016 рр.**

Регіон	2013	2014	2015	2016
Україна	104,51	92,14	114,48	138,65
Закарпатська область	113,10	104,02	117,31	153,49
Івано-Франківська область	84,02	161,74	79,68	132,99
Львівська область	132,48	80,83	137,72	173,87
Чернівецька область	122,52	98,83	136,46	157,73

% до попереднього року

Джерело: розраховано автором на основі статистичних даних Державної служби статистики України

За переважною більшістю видів економічної діяльності динаміка індексу продуктивності капіталу має спадну тенденцію. У 2016 році ситуація частково покращується, особливо у переробній промисловості. Позитивною є динаміка показника за такими видами економічної діяльності, як виготовлення виробів з деревини (1,3% приросту до попереднього року), виробництво коксу та продуктів нафто перероблення (7,6% приросту до попереднього року), виробництво гумових і пластмасових виробів (4,1% приросту до попереднього року), металургійне виробництво (18,5% приросту до попереднього року) та виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції (4,8%

приросту до попереднього року).

Динаміка продуктивності капіталу (як відношення обсягу реалізованої промислової продукції до обсягу капітальних інвестицій у промисловості) на рівні областей Карпатського економічного району засвідчує позитивну динаміку до 2015 року та погіршення значення показника у 2016 році.

Найбільшою віддаче від основного капіталу є у Чернівецькій області (21 грн. від одиниці інвестованого капіталу), найгіршим є значення продуктивності капіталу у Львівській області (10,59 грн. від одиниці інвестованого капіталу) (табл. 10).

Таблиця 10

**Динаміка продуктивності капіталу у промисловості Карпатського економічного району,
2012-2016 рр., грн.**

Регіон	2012	2013	2014	2015	2016
Україна	10,79	10,51	13,86	17,06	15,00
Закарпатська область	13,11	12,77	14,48	16,13	13,22
Івано-Франківська область	11,32	12,16	9,01	15,96	12,76
Львівська область	12,08	8,81	13,11	14,76	10,59
Чернівецька область	22,86	19,33	23,36	26,28	20,87

Джерело: розраховано автором на основі статистичних даних Державної служби статистики України

Визначена тенденція та отримані висновки відображають лише співвідношення абсолютних показників обсягів реалізованої продукції та інвестованого в основні засоби капіталу. Насправді отримані значення та визначена тенденція є результатом того, що у Львівській області обсяг капітальних інвестицій в основний капітал є у 7 разів більшим, ніж у Чернівецькій області (18605 млн. грн. та 2669 млн. грн. відповідно). Оскільки економічний ефект від зростання обсягу капітальних інвестицій має досить значний часовий лаг, то і зростання продуктивності капіталу у Львівській області слід очікувати лише через декілька років.

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Узагальнюючи результати проведеного дослідження, можна виділити такі пріоритетні напрями удосконалення організаційного забезпечення реалізації регіональної промислової політики областей Карпатського економічного району:

1. У напрямі стимулювання ресурсомістких галузей промисловості Карпатського економічного району система заходів регіональної промислової політики повинна бути зорієнтована на: приріст обсягу первинних інвестицій у створення підприємств з завершеним виробничим циклом, зорієнтованим на комплексне і повне використання сировинних ресурсів регіону; підвищення рівня капіталізації вже існуючих підприємств, при цьому інвестиційна активність повинна бути спрямована на покращення технологічних процесів та оновлення основних засобів підприємств; розвиток системи створення та

покращення якісних характеристик трудових ресурсів.

2. Група наукомістких галузей, відповідно до визначених індексів спеціалізації, є провідними у таких областях Карпатського економічного району, як Закарпатська та Львівська. Вагомого значення за цих умов набуває політика державного грантового фінансування, а, відповідно, і зростання частки центрів розвитку типу Б, В саме у цих областях району.

3. Важливим напрямом підвищення ефективності розвитку підприємств промислового комплексу є зорієнтованість промислової політики на зростання частки середніх підприємств, які є більш маневреними з позиції інвестиційно-інноваційної діяльності, мають можливості до перегляду виробничої та збутової діяльності, у переважній більшості є інтегрованими до європейських промислових ринків, мають більші можливості до зростання продуктивності праці та капіталу. За умов мінливого та нестабільного споживчого ринку можливості підприємств малого та середнього бізнесу є більш вагомими, а отже саме стимулювання їх діяльності повинно стати пріоритетним напрямом регіональної промислової політики.

4. Основними індикаторами ефективності регіональної промислової політики повинно бути визначено зростання індексів продуктивності праці та продуктивності капіталу. Лише забезпечення позитивної динаміки зазначених параметрів, на фоні зростання обсягів реалізації промислової політики та обсягів залучених трудових ресурсів і основних засобів забезпечить розвиток промислового комплексу району.

Подальші дослідження будуть спрямовані на уточнення рекомендацій прикладного характеру у розрізі кожної з областей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Регіони України 2017. Статистичний збірник [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ2_u.htm.
2. Полтерович, В. М. Общество перманентного перераспределения: роль реформ / В. М. Полтерович // Общественные науки и современность. – 2005. – № 5. – С. 10-11.
3. Балацкий, Е. В. Элементы экономики государственного сектора [Електронний ресурс] / Е. В. Балацкий. – Режим доступу: <http://kapital-rus.ru/img/2013/articles/225033/EconomicsElements.pdf>.
4. Пасхавер, О. Й. Приватизація та реприватизація в Україні після «помаранчевої» революції / О. Й. Пасхавер, Л. Т. Верховодова, К. М. Агєєва. – К. : Міленіум, 2006. – 106 с.
5. Валове нагромадження основного капіталу (% від ВВП) [Електронний ресурс] / World Bank. – Режим доступу: https://data.worldbank.org/indicator/NE.GDI.FTOT.ZS?year_high_desc=false.
6. Обсяг реалізованої промислової продукції (товарів, послуг) за видами економічної діяльності, 2010-2016 рр. [Електронний ресурс] / Головне управління статистики у Закарпатській області. – Режим доступу: http://www.uz.ukrstat.gov.ua/statinfo/prom/obsjag_real_2010-2016.pdf.
7. Обсяг реалізованої промислової продукції (товарів, послуг) за видами економічної діяльності, 2010-2016 рр. [Електронний ресурс] / Головне управління статистики в Івано-Франківській області. – Режим доступу: <http://www.ifstat.gov.ua>.
8. Обсяг реалізованої промислової продукції (товарів, послуг) за видами економічної діяльності, 2010-2016 рр. [Електронний ресурс] / Головне управління статистики у Львівській області. – Режим доступу: http://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/si/year/2012/t039912_6.pdf.
9. Обсяг реалізованої промислової продукції (товарів, послуг) за видами економічної діяльності, 2010-2016 рр. [Електронний ресурс] / Головне управління статистики у Чернівецькій області. – Режим доступу: <http://www.cv.ukrstat.gov.ua/>.
10. Обсяг реалізованої промислової продукції за регіонами за 2016 рік [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/pr/orp_reg/orp_reg_u/orp_reg1216_u.htm.

REFERENCES

1. Regiony Ukrainy 2017 [Regions of Ukraine 2017]. State Statistics Service of Ukraine. Retrieved from https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ2_u.htm [in Ukrainian].
2. Polterovych, V. M. (2005). Obshhestvo permanentnogo pereraspredeleniya: rol' reform [Society for Permanent Redistribution: The Role of Reforms]. Obshhestvennye nauky y sovremennost' - Social sciences and modernity, 5, 10-11 [in Russian].
3. Balackyj, E. V. Jelementy jekonomiki gosudarstvennogo sektora [Elements of the public sector economy]. Retrieved from <http://kapital-rus.ru/img/2013/articles/225033/EconomicsElements.pdf> [in Russian].
4. Pashaver, O. J. Verhovodova, L. T., Agejeva, K. M. Pryvatyzacija ta reprivatyzacija v Ukraini pislja «pomaranchevoi» revoljucii [Privatization and re-privatization in Ukraine after the «Orange» revolutions]. Kyi'v, Milenium [in Ukrainian].
5. Valove nagromadzhennja osnovnogo kapitalu [Gross fixed capital accumulation]. World Bank. Retrieved from https://data.worldbank.org/indicator/NE.GDI.FTOT.ZS?year_high_desc=false [in Ukrainian].
6. Obsjag realizovanoi' promyslovoi' produkcii' (tovariv, poslug) za vydamy ekonomichnoi' dijal'nosti, 2010-2016 rr. [Volume of sold industrial products (goods, services) by types of economic activity, 2010-2016]. Golovne upravlinnja statystyky u Zakarpats'kij oblasti. Retrieved from http://www.uz.ukrstat.gov.ua/statinfo/prom/obsjag_real_2010-2016.pdf [in Ukrainian].
7. Obsjag realizovanoi' promyslovoi' produkcii' (tovariv, poslug) za vydamy ekonomichnoi' dijal'nosti, 2010-2016 rr. [Volume of sold industrial products (goods, services) by types of economic activity, 2010-2016]. Golovne upravlinnja statystyky v Ivano-Frankivs'kij oblasti. Retrieved from <http://www.ifstat.gov.ua> [in Ukrainian].
8. Obsjag realizovanoi' promyslovoi' produkcii' (tovariv, poslug) za vydamy ekonomichnoi' dijal'nosti, 2010-2016 rr. [Volume of sold industrial products (goods, services) by types of economic activity, 2010-2016]. Golovne upravlinnja statystyky u L'vivs'kij oblasti. Retrieved from http://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/si/year/2012/t039912_6.pdf [in Ukrainian].
9. Obsjag realizovanoi' promyslovoi' produkcii' (tovariv, poslug) za vydamy ekonomichnoi' dijal'nosti, 2010-2016 rr. [Volume of sold industrial products (goods, services) by types of economic activity, 2010-2016]. Golovne upravlinnja statystyky u Chernivec'kij oblasti. Retrieved from <http://www.cv.ukrstat.gov.ua/> [in Ukrainian].
10. Obsjag realizovanoi' promyslovoi' produkcii' za regionamy za 2016 rik [Volume of industrial products sold by regions in 2016]. State Statistics Service of Ukraine. Retrieved from http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/pr/orp_reg/orp_reg_u/orp_reg1216_u.htm [in Ukrainian].

Либя Наталья Степановна., Рибчак Виталий Иванович. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ ОБЛАСТЕЙ КАРПАТСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЙОНА

Углубленное исследование деятельности промышленных предприятий в отраслях, которые зачислены в наукоёмкие, показывает, что промышленный комплекс Карпатского экономического района в частности, как и Украины в целом находится в третьем технологическом укладе, который базируется на преобладании в структуре промышленного производства доли тяжелого машиностроения и электротехнической промышленности, приоритетном развитии химической промышленности. Подавляющее большинство промышленных предприятий не соответствует требованиям и мировым стандартам по материало-, ресурсо- и энергоёмкости. Все это приводит к уменьшению уровня конкурентоспособности продукции украинских производителей, а значит требует тщательного научного исследования. Целью статьи является обоснование путей и направлений совершенствования организационного обеспечения реализации региональной промышленной политики областей Карпатского экономического района. В процессе работы над статьей применены общие методы научного исследования, табличные и графические методы научной визуализации. Проведенное исследование показало, что усиление ориентированности региональной промышленной политики в направлении стимулирования развития отраслей промышленности, характеризуются более высоким значением индекса специализации: легкая промышленность (текстильное производство, производство одежды, кожи, изделий из кожи и других материалов), деревообрабатывающая (изготовление изделий из древесины, бумаги и полиграфическая деятельность) и изготовление мебели. Оценка оптимальности структуры промышленного сектора Карпатского экономического района по формам собственности с применением правила «золотого сечения» («золотой пропорции») доказывает, что важной предпосылкой формирования эффективных институтов развития промышленного сектора является не столько процессы разгосударствления и приватизации, сколько улучшение параметров развития сектора в их последствия. Наиболее приближенной к зонам риска является ситуация в Закарпатской и Черновицкой областях, и, по нашему мнению, это требует внимания со стороны органов регионального управления, по стимулированию приватизационных процессов на уровне областей. Практическое значение полученных результатов заключается в формировании практических рекомендаций направленных на совершенствование организационного обеспечения реализации региональной промышленной политики. Дальнейшие исследования будут направлены на уточнение рекомендаций прикладного характера в разрезе каждой из областей.

Ключевые слова: отрасли промышленности, Карпатский экономический район, индексы производительности труда и производительности капитала, собственность.

Liba Natalia S., Rybchak Vitaliy I. IMPROVING ORGANIZATIONAL PROVISION OF IMPLEMENTATION OF REGIONAL INDUSTRIAL POLICY IN THE CARPATHIAN ECONOMIC AREA

An in-depth study of industrial enterprises in the sectors that are considered to be high-tech, shows that the industrial complex of the Carpathian economic region in particular, as well as Ukraine, is in general in the third technological structure, which is based on the predominance of priority development in the structure of industrial production of the share of heavy machinery and electrical engineering, chemical industry. The vast majority of industrial enterprises do not meet the requirements and world standards for material, resource and energy intensity. All this leads to a decrease in the level of competitiveness of Ukrainian products, and therefore requires a thorough scientific research. The purpose of the article is to justify the ways and directions of improving the organizational support for the implementation of the regional industrial policy of the regions of the Carpathian economic region. In the process of work the general methods of scientific research, table and graphic methods of scientific visualization have been applied. The conducted research showed that the strengthening of orientation of regional industrial policy in the direction of stimulating the development of industries that are characterized by a higher value of the index of specialization: light industry (textile manufacturing, clothing, leather, leather goods and other materials), woodworking (wood products manufacturing, paper and printing activities) and furniture manufacturing. Estimation of the optimality of the structure of the industrial sector of the Carpathian economic region by ownership applying the "golden section" rule ("golden proportion") proves that an important prerequisite for the formation of effective institutions for the development of the industrial sector is not so much the processes of denationalization and privatization, but the improvement of the parameters of the sector's development in their consequence. The situation in the Transcarpathian and Chernivtsi regions is most closely related to the risk areas and, in our opinion, this requires attention from the regional government authorities in terms of stimulating privatization processes at the oblast level. The practical significance of the results is to formulate practical recommendations aimed at improving the organizational support for the implementation of regional industrial policy. Further research will be aimed at refining the recommendations of the applied nature in the context of each of the areas.

Keywords: industry, Carpathian economic region, indices of labor productivity and capital productivity, ownership.

Одержано 12.10.2018 р.

УДК 658.8: 332.1

DOI:10.31339/2313-8114-2018-2(10)-90-95

Мазур Юрій Павлович,

к.е.н., доцент кафедри маркетингу,

Нагернюк Діана Валентинівна,

к.е.н., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,

Уманський національний університет садівництва

ЗАСТОСУВАННЯ МЕХАНІЗМІВ РЕГІОНАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ В ПРОЦЕСІ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ РЕГІОНУ

Головна мета децентралізації полягає у передачі значної частини повноважень та бюджетів від державних органів органам місцевого самоврядування. Це, в свою чергу, має змінити філософію управління населеними пунктами через формування свідомості населення як учасника цього управління та основного споживача системи благоустрою, безпеки і соціального захисту, трансформацією територіальних органів влади – як відповідального за соціально-економічний розвиток території. Проте соціально-економічний розвиток територій сьогодні вимагає інвестицій та використання нових технологій підвищення конкурентоспроможності. Одним із шляхів вирішення цієї проблеми є застосування механізмів регіонального маркетингу. Метою статті є дослідження стану децентралізації влади та процесу утворення об'єднаних територіальних громад в Черкаській області. В сучасних умовах їх ефективне функціонування вимагає формування позитивного іміджу, позиціонування та проведення постійних маркетингових досліджень в умовах зростаючої конкуренції. З цією метою доцільно визначити стан впровадження маркетингових механізмів в утворених громадах, перспективи залучення інвестицій, необхідність розвитку підприємств та організацій в населених пунктах. Проведене дослідження показало, що стан реформування в регіоні проходить дуже повільно як через відсутність законодавчих актів, так і досвіду управління. Проте державна підтримка та європейський досвід дозволяє дивитися на процес децентралізації з оптимізмом, а застосування сучасних механізмів регіонального маркетингу дозволить громадам успішно розвиватися. У результаті проведених досліджень вдалося визначити, що основним чинником успішного функціонування об'єднаних громад є ефективний менеджмент та місцеві підприємства, завдяки ефективній роботі яких вдається забезпечувати зайнятість та

заробітною платою жителів і наповнювати бюджет. Завдяки застосуванню широкого спектру загальнонаукових методів вдалося визначитися зі станом децентралізації в регіоні, ролі об'єднаних громад у реформуванні влади, визначити методи та механізми удосконалення їх розвитку. На основі методів аналізу та синтезу визначено особливості формування та реалізації державної політики розвитку об'єднаних територіальних громад. Метод узагальнення дозволив розглянути зарубіжний досвід в реформуванні влади, а застосування методів моделювання та прогнозування дозволило визначити можливі механізми регіонального маркетингу в об'єднаних територіальних громадах Черкаської області та напрями їх практичного застосування.

Ключові слова: реформування влади, децентралізація, розвиток територій, регіональний маркетинг.

ВСТУП

Постановка проблеми. Децентралізація передбачає послідовне і глибоке реформування системи публічної влади з урахуванням позитивного досвіду розвинутих демократичних країн. Але головна мета децентралізації полягає у передачі значної частини повноважень та бюджетів від державних органів органам місцевого самоврядування. Це, в свою чергу, має змінити філософію управління населеними пунктами через формування свідомості населення як учасника цього управління та основного споживача системи благоустрою, безпеки і соціального захисту, трансформацією територіальних органів влади – як відповідального за соціально-економічний розвиток території. Проте соціально-економічний розвиток територій сьогодні вимагає інвестицій та використання нових технологій підвищення конкурентоспроможності. Одним із шляхів вирішення цієї проблеми є застосування механізмів регіонального маркетингу.

Стратегічно важливим є проведення в Україні ефективної регіональної політики в умовах трансформації, що дозволить усунути диспропорції у розвитку регіонів. Використання маркетингової концепції стратегічного планування розвитку регіону, як однієї з умов, дозволяє виявити диспропорції у територіальній структурі економіки, визначити ефективність використання переваг регіонального поділу праці, природно-ресурсного, науково-технічного, трудового потенціалів тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій літературі дослідження проблем місцевого самоуправління проводилися в працях М. Баймуратова, О. Батанова, Р. Безсмертного, В. Борденюка. Сучасні аспекти регіонального маркетингу висвітлюються в наукових працях А. Старостіної, С. Мартова, М. Окландера. Формування іміджу та інвестиційної привабливості територій розглядається О. Панкрухіним. Але постійні зміни в житті громад, їх об'єднань вимагають систематичних досліджень та формування нових напрямів розвитку регіонального маркетингу.

Мета статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження стану децентралізації влади та процесу утворення об'єднаних територіальних громад в Черкаській області. Їх ефективне функціонування вимагає формування позитивного іміджу, позиціонування та проведення постійних маркетингових досліджень в умовах зростаючої конкуренції. З цією метою доцільно визначити стан впровадження маркетингових механізмів в утворених громадах, перспективи залучення інвестицій, необхідність розвитку підприємств та організацій в населених

пунктах (особливо сільських).

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Запорука реалізації реформи місцевого самоврядування і децентралізації влади – це створення об'єднаних територіальних громад (далі – ОТГ), які, за умов позитивних змін бюджетної системи, можуть розширюватися [1].

Основним результатом децентралізації має стати спроможність місцевих органів влади самостійно вирішувати місцеві питання завдяки власним ресурсам. Використовуючи всі можливі ресурси менеджмент об'єднаних громад має забезпечити ефективне функціонування всієї інфраструктури населених пунктів. Щоб об'єднана територіальна громада вдало використала свої можливості для розвитку – необхідно усвідомити, що це не просто розширення її меж завдяки збільшенню кількості мешканців. Об'єднана територіальна громада виходить на якісно інший рівень існування: він посилює обов'язки та відповідальність, насамперед, місцевих органів влади. З розширеної території до місцевого бюджету можна зібрати значніші податкові надходження, а це – додаткові робочі місця, покращення інфраструктури, тобто реальних умов життя громадян.

Відношення до запровадження реформи децентралізації утримує позитивну тенденцію і більшість опитаних підтримують реформу. Так, більше половини опитаних (55%) підтримують впровадження децентралізації, лише 15% – не підтримують. Регіональний розподіл прихильників децентралізації загалом свідчить про те, що досвід утворення об'єднаних територіальних громад позитивно впливає й на сприйняття реформи. Найбільше прихильників децентралізації у Західному регіоні, так само як і утворених ОТГ. Така тенденція розповсюджується на всю Україну: перші три регіони з найбільшою кількістю позитивних оцінок децентралізації – це регіони з найбільшою кількістю створених ОТГ [2].

На виконання Закону «Про добровільне об'єднання територіальних громад», Черкаська обласна рада затвердила відповідні акти щодо децентралізації. Згідно Додатку до рішення обласної ради від 25.06.2015 № 41-1/VI Перспективного плану формування територій громад Черкаської області мало бути сформована 81 ОТГ. Проте за період 2015-2017 рр. на території Черкаської області створено лише 26, а в 2018 подали заявку на об'єднання ще 4 територіальні громади. Ефективність формування утворень розглянемо на прикладі існуючих громад в регіоні (табл. 1).

Характеризуючи наведені в таблиці 1 ОТГ, бачимо доволі різні за ресурсами та потенціалом

утворення. Найбільше громад утворено в 2017 р., коли 73 сільські, селищні та міські ради добровільно об'єдналися в 20 територіальних громад. При цьому більше 113 тис. осіб, які проживають на майже 2,8 тис км². Загалом до кінця 2018 р. на території області може бути зареєстровано 30 ОТГ, які об'єднують 109 місцевих рад, загальною площею майже 4,4 тис. км², на якій проживають майже 190 тис. жителів.

Провівши аналіз загальних показників, засвідчуємо, що середня чисельність ОТГ в регіоні

складає 6291 особу, при середній площі – 143,63 км². Показники трудових та земельних ресурсів є значно нижчими за середні по Україні – 9251 особа, при середній площі 260,94 км². Доцільно звернути увагу на середню кількість місцевих рад, які ввійшли до об'єднаних громад. Оптимізація чисельності спеціалістів, які працювали в цих радах, дозволить скоротити витрати бюджету. В Черкаській області цей показник становить в середньому 3,6, тоді як в державі – 4,9 місцевих рад [3].

Таблиця 1

Динаміка формування об'єднаних територіальних громад в Черкаській області

Рік	Кількість створених громад	Кількість місцевих рад, що ввійшли до громад	Площа, км ²	Чисельність населення, осіб
2015 р.	3	8	380,71	18181
2016 р.	3	16	550,59	29472
2017 р.	20	73	2794,46	113430
2018 р.*	4	12	583,16	27645
Разом	30	109	4308,92	188728

* об'єднані громади, де перші вибори ще не призначено

Серед сільських громад в регіоні найменшим об'єднанням є Бузівська ОТГ, до якої ввійшли дві сільські ради на території яких зареєстровані 2052 особи. Найчисельнішою сільською громадою є Білозірська – 8939 осіб. Крім сільських, на території області зареєстровані 2 селищні громади, чисельністю 7,8 тис. осіб (об'єднують 5 рад) та 2 міські громади (8 рад) чисельністю 30,0 тис. осіб.

Аналіз зайнятості населення в середині територіальних громад регіону показує значну диференціацію рівня працевлаштування, відповідно доходів населення та бюджетного наповнення. Так, в громадах, утворених на базі районних центрів, власні доходи на 1 мешканця в 1 півріччі 2018 року становили в середньому, 2210,3 грн., на базі селищ міського типу – 1856,2 грн., на базі сіл – 1769,2 грн. Загалом, за підсумками I-го півріччя 2018 року середній показник надходжень власних доходів на 1-го мешканця по 26-ти ОТГ області збільшився на 1092,3 грн. (у 2,1 рази) та склав 2056,4 грн (у тому числі: по 6-ти, утворених у 2015-2016 роках цей показник зріс на 20,1% та становить 1706,4 грн., а по 20-ти утворених у 2017 році – у 2,9 рази і становить 2203,4 грн.) [4].

Наповнення бюджетів об'єднаних територіальних громад залежить від місцевих підприємств та їх ефективної роботи. Оскільки 60% податку від доходів фізичних осіб (ПДФО) залишаються в бюджеті громад, то підвищення рівня заробітних плат жителів позитивно впливає на його величину. Більше того, не зважаючи на скорочення державних дотацій громадам, деякі ОТГ (Степанецька, Єрківська, Паланська та Зорівська) крім розбудови інфраструктури власних територій спроможні відраховувати в районний бюджет – для підтримки різних установ. Щодо динаміки надходжень місцевих податків зборів за I-ше півріччя 2018 року порівняно з I-м півріччям 2017 року, то найвищий темп зростання цих надходжень спостерігається в Єрківській (+55,5%), найнижчий рівень – в Селищенській ОТГ, де надходження зменшилися на 16,3%.

Успішна діяльність утворених громад в значній

мірі залежить від рівня його менеджменту. Ринкова економіка вимагає гідно оплачувати працю ефективних менеджерів. Аналіз питомої ваги видатків на утримання апарату управління громад регіону у власних ресурсах знаходиться в межах від 8,8 до 47,4 %. Безумовно, керівники краще володіють ситуацією при встановленні рівня заробітних плат, але відомо, що оплата праці менеджерів апарату управління є нижчою за середні зарплати працівників підприємств, що знаходяться на території деяких громад. Як бачимо, основним фактором формування доходів залишаються підприємства [5].

В громадах, які сформовані навколо міст, селищ, великих підприємств, кількість осіб працездатного віку складає майже половину від загальної кількості. Значно гірша ситуація в сільських ОТГ, де працездатне населення знаходиться в традиційній меншості. Така структура є характерною не лише для локального виміру, але й також і для регіонального та національного рівнів. Тому, для об'єднаних громад, які сформовані на території Черкаської області, існують ті ж демографічні проблеми, що й на макрорівні: старіння населення, прискорений відтік спеціалістів тощо. Крім того, місцеві ринки праці є досить обмежені щодо можливостей працевлаштування, а основними роботодавцями громади є сільськогосподарські підприємства.

Практичний досвід і теоретичні дослідження показують, що в сучасному територіальному управлінні ключовим показником успіху має стати максимальне задоволення потреб мешканців території громади у суспільних благах і послугах. Нові завдання та цілі територіального управління створюють базу для використання маркетингового підходу до стратегічного планування розвитку території, що визнається низкою вітчизняних і зарубіжних авторів.

Метою застосування механізмів регіонального маркетингу в сучасних умовах децентралізації є визначення унікальних конкурентних переваг території, можливість активного розвитку регіонів через поглиблення певних функцій території,

забезпечення конкурентоспроможності через підвищення якості життя його мешканців, створення більш привабливих умов для розвитку діяльності бізнесу через надання преференцій, забезпечення ресурсами.

Західний досвід використання регіонального маркетингу свідчить, що причиною його практичного застосування став пошук вирішення ряду складних економічних і соціальних проблем, які постали перед територіальними громадами, а саме це було пов'язане з проведенням структурної перебудови економіки в зв'язку з переходом на нові технології та екологічно чисті виробництва, необхідністю довгострокового планування територіальної забудови та поліпшення зовнішнього вигляду центральної частини населених пунктів, інтеграцією економіки регіонів та посиленням конкуренції між регіонами з точки зору їх привабливості для розміщення нових підприємств, мешканців, туристів, підвищення ефективності роботи місцевих органів управління, залучення мешканців до вирішення конкретних питань розвитку міста [6, с. 52].

Застосування маркетингових механізмів в управлінні розвитком територіальної громади дає змогу спрямовувати усю діяльність суб'єктів маркетингу регіону саме на зростання добробуту населення та інвестицій в територію, що є декларованою метою використання політики конкурентоспроможності громад. Хоча сьогодні, при створенні об'єднаних територіальних громад, активно просувається питання їх державної підтримки, зрозуміло, що в майбутньому органи влади займатимуться державними справами, а проблеми громад лягатимуть на фінансові можливості самих громад. Тому важливим є формування вже зараз планів розвитку, стратегій та програм, завдяки реалізації яких, громади зможуть успішно конкурувати з іншими територіальними об'єднаннями.

Достатньо новою категорією стратегічного управління є регіональний маркетинг, основними завданнями якого стають [7, с. 102]:

- залучення інвестицій для розвитку виробництва і соціальної сфери; збереження кадрів, зокрема, творчої інтелігенції, висококваліфікованих учених, інженерів, робітників; створення сприятливих умов для підготовки кваліфікованих кадрів і розвитку малого підприємництва;

- розвиток сфер бізнесу, що забезпечують поповнення місцевих бюджетів за рахунок залучення коштів з регіону, з-за кордону;

- розв'язання проблем соціального захисту населення, забезпечення соціальних гарантій незаможним; залучення в регіон нових економічних агентів, залучення капіталу й забезпечення постійного розвитку регіону загалом.

Основними функціями регіонального маркетингу є [8, с. 12]:

- вивчення кон'юнктури регіонального ринку товарів і послуг за основними групами споживачів;

- розробка індикативних програм розвитку регіонального товарного ринку, виходячи з потреб потенційних та реальних покупців;

- сприяння збуту продукції шляхом цілеспрямованого впливу на процес прийняття рішень з боку потенційних та реальних покупців;

- пошук оптимальних шляхів реалізації товарних потоків шляхом формування ефективного маркетингового ланцюга від виробника до споживача, що мінімізує число посередників та скорочує лаг між виробництвом та споживанням продукції;

- здійснення перманентного аналізу діяльності конкурентів, їх товарів, стратегії та тактики;

- стимулювання науково-дослідної та виробничої діяльності з метою постійного оновлення асортименту товарів, підвищення їх якості;

- формування іміджу території, підвищення її інвестиційної привабливості для суб'єктів господарювання та соціально-економічних умов залучення робочої сили.

Отже, регіональний маркетинг стає дієвим інструментом соціально-економічного розвитку, з допомогою якого:

- формується та поліпшується імідж регіону, зростає престиж ділової та соціальної конкурентоздатності;

- відбувається залучення в регіон загальнодержавних та міжнародних замовлень; розширюється участь регіону та його суб'єктів у реалізації міжнародних, державних, регіональних програм;

- стимулюється використання власних ресурсів регіону за його межами в його інтересах; враховуються особливості зовнішнього та внутрішнього середовища конкретного регіону і створюються умови для максимальної адаптації його до потреб ринку.

Регіональний маркетинг як складова маркетингового потенціалу регіону має стати таким видом управлінської діяльності, який спрямовує на створення організаційно-інституціонального середовища, забезпечує створення маркетингових умов та факторів розвитку регіону [9]. Тому під маркетинговим потенціалом Черкащини можна розуміти привабливість території для суб'єктів господарювання у розміщенні активів з метою розширення власного сегменту на регіональному ринку та привабливість для населення з позицій реалізації трудового потенціалу, а також рівня відтворення здатності до праці. Дуже важливим для ефективної роботи об'єднаних територіальних громад в регіоні, вважаємо, є наявність великих міст Черкаси, Умань, Сміла з їх потужним науково-технічним та культурним потенціалом. Це дозволяє сформувати локальні науково-технічні та бізнес-клуби, культурні центри для діяльності художників, музикантів, артистів і т. д. використання потенціалу таких міст дозволяє укладати ефективне партнерство з іншими громадами, дослідницькими організаціями, університетами, приватними компаніями, що в результаті сприятиме залученню молодого працездатного населення, особистостей, чиї таланти і здібності потрібні території.

Значним чинником для функціонування та розвитку громад регіону є географічне розташування,

що дозволяє використовувати весь потенціал інфраструктури транспортного сполучення.

Завдяки наявності історичних місць Черкащини (Шевченків край, Чигиринщина, музей Трипільської культури та ін.), заповідникам та рекреаційним зонам (Канівський заповідник, дендропарк «Софіївка», спортивний комплекс в с. Водяники та ін.) можна визначити точки унікальності, акцентуючи увагу на знакових місцях, природних і архітектурних об'єктах.

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

В разі успішної реалізації механізмів

регіонального маркетингу в громадах буде: забезпечений комплексний пропорційний розвиток економіки та соціальної сфери території; поступово усунено негативні явища та розв'язано складні соціально-економічні проблеми на базі широкого використання як внутрішнього потенціалу регіону, так і можливостей, які створює зовнішнє оточення; підвищена привабливість (конкурентоспроможність) громад регіону як місця проживання та/або здійснення діяльності комерційного та некомерційного характеру на фоні інших територій-конкурентів за рахунок максимально повного задоволення потреб мешканців, комерційних та некомерційних організацій в ресурсах та суспільних благах території.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо добровільного приєднання територіальних громад: Закон України від 09.02.2017 № 1851-VIII. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1851-19>.
2. Децентралізація на власному досвіді: в яких регіонах найбільш позитивно оцінюють реформу? – Режим доступу: <http://reforms.in.ua/ua/novyna/decentralizaciya-na-vlasnomu-dosvidi-v-yakih-regionah-naybilshpozytyvno-ocinyuyut-reformu>.
3. Моніторинг процесу децентралізації влади та реформування місцевого самоврядування. – Режим доступу: <https://www.slideshare.net/ZubkoGennadiy/monitoring1009>.
4. Окремі показники виконання місцевих бюджетів 26 ОТГ Черкаської області за I півріччя 2018 року. – Режим доступу: <https://storage.decentralization.gov.ua/uploads/attachment/document/208/>.
5. Експерти проаналізували бюджети об'єднаних громад кожної області. – Режим доступу: <https://decentralization.gov.ua/news/9724>.
6. Піта, А. Стратегічне планування розвитку міст на основі концепції міського маркетингу / А. Піта, В. Нікульча // Наука молода. – 2007. – №8. – С.51-54.
7. Кирьянко, А. В. Теоретические подходы к понятию маркетинга территории / А. В. Кирьянко // Вестник Челябинского государственного университета. – 2009. – №26 (164). – С.98-103.
8. Щелкунова, О. В. Маркетинговий потенціал стратегічного розвитку регіону (на матеріалах Закарпатської області): автореф. дис. ... канд. екон. наук. – Ужгород, 2009. – 22 с.
9. Закіров, М. Децентралізація: завдання, перші успіхи і сподівання / М. Закіров // Україна: події, факти, коментарі. – 2016. – № 5. – С. 6-11. – Режим доступу: <http://nbuvip.gov.ua/images/ukraine/2016/ukr5.pdf>.

REFERENCES

1. Zakon Ukrainy «Pro vnesennia zmin do deiakih zakonodavchih aktiv Ukraini shchodo dobrovilnoho priiednannia teritorialnih hromad» [The Law of Ukraine «About making alteration to some legislative acts of Ukraine in relation to the voluntarily joining of territorial communities»] № 1851-VIII from 09.02.2017. Retrieved from: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1851-19> [in Ukrainian].
2. Decentralizaciya na vlasnomu dosvidi v yakih regionah naybilshpozytyvno- ocinyuyut reformu? [Decentralization on own experience: in what regions most positively does estimate reform? Retrieved from: <http://reforms.in.ua/ua/novyna/decentralizaciya-na-vlasnomu-dosvidi-v-yakih-regionah-naybilshpozytyvno-ocinyuyut-reformu> [in Ukrainian].
3. Monitoring procesu decentralizacii vlady ta reformuvannia miscevoho samovriaduvannia [Monitoring of process of decentralization of power and reformation of local self-government]. Retrieved from: <https://www.slideshare.net/ZubkoGennadiy/monitoring1009> [in Ukrainian].
4. Okremi pokazniki vikonannia miscevih biudzhetyv 26 hromad Tcherkaskoi oblasti za 1 pivrichchia 2018 roky [Separate indexes of implementation of local budgets 26 communities of the Tcherkasy area after half-year of 2018]. Retrieved from: <https://storage.decentralization.gov.ua/uploads/attachment/document/208/> [in Ukrainian].
5. Exerty proanalizuvaly biudgety obiednanyh hromad kozhnoi oblasti. [Experts analysed the budgets of the incorporated communities of every area]. Retrieved from: <https://decentralization.gov.ua/news/9724>. [in Ukrainian].
6. Pita, A., Nikulcha, V. (2007). Strachichne planuvannia rozvytku mist na osnovi koncepcii miskogo marketyngu [The Strategic planning of development of cities on the basis of conception of the municipal marketing]. Science is young, 8, 51-54 [in Ukrainian].
7. Kirianko, A. V. (2009). Teoreticheskie podhodi k poniatiiu marketinga teritorii [Theoretical going near the concept of marketing of territory]. Announcer of the Chelyabinsk state university, 26 (164), 98-103. [in Russian].
8. Shchelkunova, O.V. (2009). Marketingoviy potencial strategichnoho rozvytku rehionu (na materialah Zakarpats'koi oblasti) [Marketing potential of strategic development of region (on materials of the Zakarpattia area)]:

Author. of dis. to obtain the degree of Ph.D. Uzhhorod, 22 [in Ukrainian].

9. Zakirov, M. (2016). Decentralizacija: zavdannia, pershi uspihi i spodivannia. [Decentralization: task, first successes and hopes]. Ukraine: events, facts, comments, 5, 6-11. Retrieved from: <http://nbuviap.gov.ua/images/ukraine/2016/ukr5.pdf>. [in Ukrainian].

Мазур Юрий Павлович, Нагернюк Диана Валентиновна. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ РЕГИОНАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА В ПРОЦЕССЕ ДЕЦЕНТРАЛИЗАЦИИ РЕГИОНА

Главная цель децентрализации заключается в передаче значительной части полномочий и бюджетов от государственных органов органам местного самоуправления. Это, в свою очередь, должно изменить философию управления населенными пунктами через формирование сознания населения как участника этого управления и основного потребителя системы благоустройства, безопасности и социальной защиты, трансформацией территориальных органов власти – как ответственного за социально-экономическое развитие территории. Однако социально-экономическое развитие территорий сегодня требует инвестиций и использования новых технологий повышения конкурентоспособности. Одним из путей решения этой проблемы есть применение механизмов регионального маркетинга. Целью статьи является исследование состояния децентрализации власти и процесса образования объединенных территориальных общин в Черкасской области. В современных условиях их эффективное функционирование требует формирования позитивного имиджа, позиционирования и проведения постоянных маркетинговых исследований в условиях растущей конкуренции. С этой целью целесообразно определить состояние внедрения маркетинговых механизмов в образованных общинах, перспективы привлечения инвестиций, необходимость развития предприятий и организаций в населенных пунктах. Проведенное исследование показало, что состояние реформирования в регионе проходит очень медленно как из-за отсутствия законодательных актов так и опыта управления. Однако государственная поддержка и европейский опыт позволяет смотреть на процесс децентрализации с оптимизмом, а применение современных механизмов регионального маркетинга позволит общинам успешно развиваться. В результате проведенных исследований удалось определить, что основным фактором успешного функционирования объединенных общин является эффективный менеджмент и местные предприятия, благодаря эффективной работе которых, удастся обеспечивать занятость и заработной платой жителей и наполнять бюджет. Благодаря применению широкого спектра общенаучных методов удалось определиться с состоянием децентрализации в регионе, роли объединенных общин в реформировании власти, определить методы и механизмы усовершенствования их развития. С помощью методов анализа и синтеза удалось определить особенности формирования и реализации государственной политики развития объединенных территориальных общин.

Ключевые слова: реформирование власти, децентрализация, развитие территорий, региональный маркетинг.

Mazur Yuri P., Nahernuk Diana V. USE OF REGIONAL MARKETING MECHANISMS IN THE REGIONAL DECENTRALIZATION PROCESS

The main objective of decentralization consists in transferring a significant part of the powers and budgets from state bodies to local self-government bodies. This, in turn, should change the philosophy of management of settlements through the formation of the consciousness of the population as a participant in this administration and the main consumer of the system of improvement, security and social protection, the transformation of territorial authorities - as responsible for the social and economic development of the territory. However, the social and economic development of territories today requires investment and the use of new technologies to enhance competitiveness. One of the solutions to this problem is the use of regional marketing mechanisms. The purpose of the article is to study the state of decentralization of power and the process of formation of united territorial communities in Cherkasy region. In modern conditions, their effective functioning requires the formation of a positive image, positioning and conducting of constant marketing research in the conditions of growing competition. To this end, it is advisable to determine the state of implementation of marketing mechanisms in the formed communities, the prospects of attracting investment, the need for enterprises and organizations in populated areas. The conducted research showed that the state of reforming in the region is very slow, both due to the absence of legislative acts and management experience. However, state support and European experience allow us to look at the process of decentralization with optimism, and the use of modern regional marketing mechanisms will allow communities to develop successfully. As a result of the research, it has been found that the main factor in the successful functioning of the united communities is effective management and local enterprises, which, thanks to their effective work, manage to provide employment and wages for residents and fill the budget. Due to the application of a wide range of general scientific methods, it was possible to determine the state of decentralization in the region, the role of united communities in reforming the authorities, and to define methods and mechanisms for improving their development. With the help of methods of analysis and synthesis, it was possible to determine the peculiarities of the formation and implementation of the state policy of development of the united territorial communities. The method of generalization allowed considering foreign experience in reforming the authorities and the use of modeling and forecasting methods allowed identifying possible mechanisms of regional marketing in the united territorial communities of Cherkasy region and directions of their practical application.

Key words: reformation of power, decentralization, development of territories, regional marketing.

Одержано 17.10.2018 р.

Пенькова Оксана Георгіївна,
д.е.н., доцент, завідувач кафедри маркетингу,
Харенко Андрій Олександрович,
к.е.н., доцент кафедри маркетингу,
Соковніна Діана Михайлівна,
к.е.н., доцент кафедри маркетингу,
Уманський національний університет садівництва

НАПРЯМИ АКТИВІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ У КОНТЕКСТІ АДМІНІСТРАТИВНО-ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ РЕФОРМИ

В сучасних умовах для малих і частини середніх українських сільськогосподарських товаровиробників основною і переважно єдиною складовою комплексу маркетингу залишається товарна політика, яка формується в умовах неповної ретроспективної інформації про стан ринку. Метою статті є оцінка можливостей активізації та підвищення ефективності маркетингової діяльності малих та середніх сільськогосподарських підприємств України в контексті адміністративно-територіальної реформи. Методологічною основою дослідження є аналіз, системний підхід, діалектичний метод наукового пізнання, фундаментальні положення сучасної економічної теорії, маркетингу, концепції стратегічного управління, наукові праці провідних учених-економістів, присвячені дослідженню проблем управління маркетинговою діяльністю сільськогосподарських товаровиробників. Результати дослідження свідчать, що єдиний спосіб, яким дрібні і середні господарства можуть конкурувати з великими, полягає у тому, щоб співпрацювати один з одним, реалізовувати концепцію колективного маркетингу. Світова практика показує поширеність та ефективність функціонування в аграрній сфері кооперативних структур, які беруть на себе значну частину маркетингових функцій. В умовах України процес об'єднання сільськогосподарських товаровиробників у кооперативи відбувається повільно і не набув значного поширення через інституційні та суб'єктивні причини, основними з яких є відсутність взаємної довіри та брак досвіду і інформації про переваги кооперації. Наукова новизна дослідження полягає в обґрунтуванні пропозиції щодо доцільності створення сільськогосподарськими товаровиробниками, які входять до однієї об'єднаної територіальної громади єдиної організаційної структури – маркетингового координаційного центру. Практичне значення дослідження полягає в розрахунку кошторису витрат на створення та забезпечення функціонування маркетингового координаційного центру і розробці його рекомендованої організаційної структури з виділенням функціональних обов'язків працівників. Перспективним напрямом подальших досліджень є з'ясування потенційної ролі органів місцевої влади у координації маркетингової діяльності сільськогосподарських товаровиробників.

Ключові слова: маркетингова діяльність, комплекс маркетингу, сільськогосподарські підприємства, кооперативний маркетинг, координаційні маркетингові центри.

ВСТУП

Постановка проблеми. Аграрний маркетинг має ряд принципових відмінностей від промислового та маркетингу послуг, що обумовлено специфікою галузі, продукції та особливостями ціноутворення на неї. Специфікою продукції є наявність великої кількості товарів-замінників, а особливістю ціноутворення є умови майже досконало конкурентного ринку. Різниця у ринкових цінах в певний момент часу на однаковий товар заданої якості різних товаровиробників відображає, як правило, додаткові витрати на транспортування.

Враховуючи зазначені обставини для малих і частини середніх українських сільськогосподарських товаровиробників основною і переважно єдиною складовою комплексу маркетингу залишається товарна політика, яка полягає у визначенні майбутнього асортименту продукції та вибору часу її реалізації з розрахунку, що ринкові ціни зростатимуть на більшу величину, ніж витрати на зберігання. При цьому товарні рішення ухвалюються переважно інтуїтивно з використанням попереднього досвіду та

ретроспективної інформації про стан ринку. У великих сільськогосподарських підприємств, крім того, наявні політика розподілу продукції та політика просування, але за даними Державної служби статистики України станом на 2017 рік їх кількість була менше 1% від загальної кількості підприємств цього виду економічної діяльності [1]. Для решти виробників сільськогосподарської продукції відсутність дієвої системи маркетингу призводить до ситуації, за якою основна частина цінової премії залишається в численних посередників.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На проблемі відсутності в більшості вітчизняних сільськогосподарських підприємств спеціалізованих маркетингових служб і обмеженого використання інструментів комплексу маркетингу наголошують Р. В. Логоша та О. Л. Польова [2], В. А. Есаулов [3], Л. В. Тарасович [4], М. О. Багорка та Л. С. Безугла [5]. Вчені вважають, що такі маркетингові служби мають проводити дослідження ринку і переваг споживачів, здійснювати заходи з формування попиту, просування товарів, ціноутворення тощо. Але, як справедливо відзначають С. І. Поперечний та Т. Ю. Кудла,

попередні маркетингові дослідження є дорогими, їх важко здійснювати окремо, навіть середньому за розмірами підприємству [6]. До того ж багато сільськогосподарських товаровиробників, особливо малих, має недостатній обсяг ресурсів, потрібних для функціонування служби маркетингу підприємств [7], або ж їх керівники вважають недоцільним нести додаткові витрати.

Мета статті (постановка завдання). Метою статті є оцінка можливостей активізації та підвищення ефективності маркетингової діяльності малих та середніх сільськогосподарських підприємств України в контексті адміністративно-територіальної реформи.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Початковим етапом стратегічного і тактичного планування діяльності підприємства, формування його маркетингової політики є відповідні дослідження. В аграрній сфері це вимагає не лише значних витрат, а і спеціальних програм обробки отриманих даних та відповідних фахівців для їх інтерпретації. Для власників малих і середніх вітчизняних сільськогосподарських підприємств, особливо тих, що спеціалізуються на вирощуванні продукції рослинництва, такі витрати видаються недоцільними. Більшість даних господарств залучає сезонних робітників, а на постійній основі числяться лише 2-4 працівника, з яких один є керівником, що, як правило, одноосібно ухвалює всі маркетингові рішення. Як окремі господарства, вони мають невеликі можливості торгувати з трейдерами і найчастіше приймають практично будь-яку запропоновану їм ціну. Великі господарства не страждають від цих проблем. Вони можуть виробляти значну кількість продукції, що відповідає стандартам якості. Тому у них немає труднощів залучати покупців і отримати належну ринкову ціну за її продаж.

Як свідчить світовий досвід, у жодній країні не вдавалося забезпечити ціновий паритет без зусиль сільськогосподарських товаровиробників щодо уникнення монопольного впливу посередників шляхом створення збутових кооперативів, організації переробки продукції на кооперативних засадах, формування за ініціативою знизу інтегрованих агропромислових структур, у яких погоджувалися ціни, обсяги виробництва й реалізації продукції [8].

Отже, єдиний спосіб, яким дрібні і середні сільськогосподарські товаровиробники можуть конкурувати з великими господарствами, полягає у тому, щоб співпрацювати один з одним, реалізовувати концепцію колективного маркетингу. Наприклад, якщо вони зможуть запропонувати на продаж свою сукупну продукцію і вживати заходів для забезпечення стандартної якості, вони зможуть продати свої товари так само успішно, як великий товаровиробник [9]. Реалізація такого підходу в Україні дозволить інтегрувати розрізнених сільськогосподарських виробників, забезпечуючи таким чином концентрацію виробництва та конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції як на вітчизняних, так і зарубіжних ринках.

Колективний маркетинг сільськогосподарських

товаровиробників, відповідно до світового досвіду, ефективно реалізовується в межах різних кооперативних утворень. У більшості країн 9 з 10 фермерів є членами від одного до кількох кооперативів [10]. Однак в Україні процес створення кооперативних структур в сільському господарстві відбувається вкрай повільно і не набув масового характеру через такі основні причини [11]:

- обов'язкова участь членів кооперативу у створенні його майна, внесення вступних і пайових внесків у визначених статутном розмірах і термінах. Ця причина ще раз підтверджує побоювання і небажання майбутніх членів кооперативу вкладати кошти у його створення і розвиток;

- порушується принцип обов'язкової участі членів кооперативу в його господарській діяльності в узгоджених обсягах. Небажання виробляти членами кооперативу визначену продукцію у певних обсягах оскільки кожен виробник намагається орієнтуватися на ринкову кон'юнктуру, яка сформувалася в даний момент часу;

- небажання членів кооперативу відповідати по зобов'язаннях кооперативу в частині, що відноситься до спільної діяльності;

- порушення демократичного характеру управління, які виявляються у зловживанні головою кооперативу своїми повноваженнями, в порушенні права рівного доступу користування послугами, у закритості інформації;

- порушення принципів ціноутворення в кооперативах і своєчасність розрахунків із членами кооперативів;

- недостатній рівень кваліфікації і досвіду роботи управлінського персоналу, мала чисельність виконавчої дирекції, відсутність окремої служби маркетингу, юридичного супроводу, що позначається на низькій ефективності збутової діяльності кооперативу.

Логічним висновком до вище наведеного є координація маркетингової діяльності сільськогосподарських товаровиробників за територіальним принципом, оскільки, номенклатура їх продукції в межах одного адміністративного району та ринки збуту, на яких вони працюють, є переважно однотипними, доцільно розглянути кооперацію їх щодо даного виду діяльності. Проте, такі об'єднання (назвемо їх маркетингові координаційні центри), в контексті забезпечення конкурентоспроможності, не повинні включати всі господарюючі суб'єкти досліджуваного регіону в одну структуру. На наш погляд, перспективною ознакою входження конкретних підприємств до кооперативного об'єднання є їх юридична реєстрація в межах однієї територіальної громади.

Розглянемо приклад створення маркетингового координаційного центру на основі Паланської територіальної громади Черкаської області, що розпочала функціонування з кінця 2017 року. До її складу входять такі населені пункти: с. Берестівець, с. Кочубіївка, с. Городецьке, с. Кочержинці, с. Громи, с. Томашівка, с. Максимівка з центром у с. Паланка. На території цих сіл має реєстрацію ряд

сільськогосподарських підприємств: КВФ «Байс-Агро», ТОВ «Берестівець», ФГ «АФ «Базис», ПАТ «Райз-Максимко» та інші. Наявність зв'язків та тісної співпраці у попередні роки між ними дозволяє припустити можливість створення єдиної організаційної структури, яка б займалася

маркетинговою діяльністю для них. Найбільш оптимальним підходом до її організації є використання функціональної ознаки, коли за окремими маркетинговими функціями закріплюється конкретний працівник. Рекомендована схема маркетингового координаційного центру наведена на рис. 1.



Рис. 1. Рекомендована структура маркетингового координаційного центру на території Паланської громади

**Джерело: авторська розробка*

Керівник координаційного центру виконує такі обов'язки:

- розпоряджається фінансовими коштами, виділеними на функціонування центру;
- координує діяльність усіх засновників центру в сфері маркетингу;
- здійснює контроль за своєчасним усуненням недоліків, зазначених у рекламаціях і претензіях, що надходять від покупців;
- бере участь в розробці пропозицій і рекомендацій зі зміни технічних, економічних і інших характеристик продукції з метою поліпшення її споживчих якостей і стимулювання збуту;
- здійснює нагляд за дотриманням вимог щодо зберігання і транспортування продукції;
- керує працівниками маркетингового координаційного центру;
- оцінює ефективність маркетингових заходів здійснених центром.

Маркетолог з вивчення ринку виконує такі функції, як:

- організація збору, систематизація, аналіз та узагальнення всієї комерційно-економічної інформації з кон'юнктури потенційних ринків збуту;
- оцінка та прогнозування майбутньої позиції підприємств на ринку;
- вивчення реакції ринку на новий вид продукції, робіт чи послуг, що пропонуються членами об'єднання.

Маркетолог, що відповідає за товарну та цінову політику, виконує наступні обов'язки:

- аналіз товарної номенклатури підприємств-учасників об'єднання;
- оцінка якісних параметрів представленої продукції;
- оцінка потенційних можливостей виробництва продукції, а також робіт та послуг, що надаються підприємствами;
- моніторинг ринкових цін на основні види продукції;
- визначення доцільності виробництва нових видів продукції;

- аналіз та вибір найвигідніших цінових періодів реалізації продукції;

– виконання обов'язків бухгалтера маркетингового координаційного центру.

Маркетолог з питань розподілу та логістики виконує такі функції:

- пошук, аналіз та вибір найоптимальніших каналів реалізації продукції;
- збір інформації про потенційних покупців продукції та постачальників матеріально-технічних ресурсів;
- оцінка потенційних запасів продукції, яку можуть представити до реалізації члени центру;
- контроль за умовами зберігання продукції з метою забезпечення необхідних якісних параметрів;
- організація транспортування придбаної продукції згідно з умовами договору купівлі-продажу;
- створення та розміщення оголошень про збут окремих партій товарів;
- реалізація продукції засобами електронної торгівлі (інтернет-вітрина на сайті маркетингового координаційного центру).

Спеціаліст із зв'язків з громадськістю виконує такі функції:

- формування позитивного іміджу підприємств серед контактних аудиторій, через організацію співпраці з ЗМІ, органами місцевого самоврядування, державними установами тощо;
- обслуговування сайту центру та підприємств-засновників;
- визначення потреби у рекламних заходах та їх реалізація (виготовлення відповідної продукції, пошук оптимальних каналів її поширення, оцінка ефективності тощо);
- виставковий маркетинг;
- організація та проведення соціальних заходів від імені підприємств.

Отже, засновниками центру є вище зазначені господарства, що за рахунок щорічних внесків забезпечують його функціонування. Орієнтовний кошторис витрат наведено в таблиці 1.

Вихідними даними для складання кошторису є:

кількість працівників 5 осіб (керівник та чотири маркетологи, один з яких за сумісництвом виконує функції бухгалтера); розміщення – с. Паланка; офіс орендується разом із меблями (відповідно до моніторингу цін на оренду визначено, що в середньому вона становить близько 5000 грн на місяць, із врахуванням комунальних послуг); система оплати

праці ставка + премія за результатами року (для керівника оклад – 10 тис. грн; маркетолога з функціями бухгалтера – 8,5 тис. грн; маркетолога – 7 тис. грн; розмір премії визначається колегіальним рішенням засновників кооперативу, в залежності від оцінки ними ефективності виконаних робіт).

Таблиця 1

Кошторис витрат на створення та забезпечення функціонування маркетингового координаційного центру на території Паланської громади (у цінах 2017 р.)

Стаття витрат	Сума, тис. грн.
Одноразові витрати на створення	
Техніка (комп'ютери, принтери, телефони, факс, тощо)	50,0
Автомобіль	200,0
Пошук та навчання персоналу	20,0
Створення сайту та інтернет вітрини	6,0
Інші витрати (в т.ч. реєстрація)	15,0
Всього витрат на створення	291,0
Щорічні витрати на функціонування	
Оренда приміщення	60,0
Оплата праці з відрахуваннями	474,0
Канцелярське приладдя	7,0
Відрядження	50,0
Інші витрати	23,0
Всього витрат на функціонування	614,0
Всього витрат протягом першого року	905,0

*Джерело: розрахунки авторів

Отже, господарствам у перший рік створення та функціонування центру необхідно понести витрат на майже 900 тис. грн (без преміювання), а в подальші роки, за існуючого стану справ у державі, 614 тис. грн. Умовно всі види витрат на функціонування кооперативу можна розділити на постійні (наприклад, дослідження ринку, обслуговування сайту центру та господарств-засновників і т.д.) та змінні (у сфері збуту продукції). Звідси внески підприємств-засновників формуватимуться із фіксованих платежів за першою групою витрат та платежами розмір яких залежить від обсягу наданих послуг.

Незважаючи на понесені витрати подібна координація дій на основі створення маркетингового центру дає змогу [12]:

- формувати конкурентоспроможні партії продукції, і таким чином здобувати нові ринки збуту продукції;
- за рахунок масштабу операцій підвищувати вартість реалізації і таким чином отримувати вищі прибутки;
- економити на витратах з реалізації і завдяки цьому посилювати конкурентні позиції на ринку;
- підвищувати власну прибутковість за рахунок узгоджених дій на ринку з метою впливу на ціну і розширювати таким чином асортимент продукції, що реалізується (молоко, велика рогата худоба, свині);
- спільно орендувати великі складські приміщення, бази зберігання продукції і, використовуючи їх на повну потужність, економити на витратах зі зберігання;
- закуповувати мінеральні добрива, паливно-

мастильні матеріали із суттєвими знижками, що дозволить постачати їх виробникам за нижчими цінами, ніж вони могли бути, якби ті купували їх самі в невеликій кількості, і завойовувати таким чином ресурсний сегмент ринку;

– уникати сезонних коливань цін на ресурси, закуповуючи їх у період зниження цін.

Перспектива створення маркетингових координаційних центрів саме на базі об'єднаних територіальних громад обумовлена тим, що всі господарюючі суб'єкти, які зареєстровані на їх території несуть спільну відповідальність за її соціальний розвиток.

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Ефективне планування і реалізація маркетингового комплексу окремими малими і середніми вітчизняними сільськогосподарськими товаровиробниками вкрай ускладнено через нестачу ресурсів, кваліфікованих кадрів, не усвідомлення окремими керівниками важливості маркетингової філософії бізнесу. Наслідком такої ситуації є недоотримання прибутку. В розвинених країнах світу координація маркетингової діяльності фермерів відбувається через їх участь в горизонтально або вертикально інтегрованих структурах, найбільш розповсюдженими серед яких є кооперативи. В Україні розвиток сільськогосподарської кооперації гальмується через інституційні та суб'єктивні причини, основними з яких є відсутність взаємної довіри та брак досвіду і інформації про переваги кооперації. Подолати дані обмеження можна шляхом координації

маркетингової діяльності сільськогосподарських товаровиробників, які входять до однієї об'єднаної територіальної громади, в яких, як правило, є налагоджені зв'язки та досвід тісної співпраці у попередні роки, а з урахуванням їх спільної відповідальності за місцевий соціально-економічний розвиток, утримання об'єктів інфраструктури,

функціонування сфер соціальної допомоги їх співпраця буде лише посилюватися. Перспективним напрямом подальших досліджень є з'ясування потенційної ролі органів місцевої влади у координації маркетингової діяльності сільськогосподарських товаровиробників.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кількість підприємств за видами економічної діяльності з розподілом на великі, середні, малі та мікропідприємства у 2017 році [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Логоша, Р. В. Особливості формування маркетингових стратегій сільськогосподарських підприємств [Електронний ресурс] / Р. В. Логоша, О. Л. Польова // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». – 2018. – № 11(2). – С. 22-26. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnj_2018_11\(2\)_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnj_2018_11(2)_6).
3. Есаулов, В. А. Маркетингова діяльність як важливий інструмент підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств / В. А. Есаулов // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2015. – № 1. – С. 94-100.
4. Тарасович, Л. В. Маркетингова політика сільськогосподарських підприємств як інструмент їх економічного зростання [Електронний ресурс] / Л. В. Тарасович // Молодий вчений. – 2017. – № 3. – С. 851-854. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2017_3_196.
5. Багорка, М. О. Напрями впровадження системи управління маркетинговою діяльністю сільськогосподарських підприємств / М. О. Багорка, Л. С. Безугла // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки. – 2016. – Вип. 16(1). – С. 45-48.
6. Поперечний, С. І. Актуальні проблеми маркетингової діяльності сільськогосподарських підприємств / С. І. Поперечний, Т. Ю. Кудла // Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького. Серія : Економічні науки. – 2016. – Т. 18, № 2. – С. 118-122.
7. Скриньковський, Р. М. Маркетинговий менеджмент сільськогосподарських підприємств: теоретичні аспекти і вплив на економічну ефективність / Р. М. Скриньковський // Агросвіт. – 2014. – № 23. – С. 10-14.
8. Саламін, О. С. Ринкове середовище та маркетингова діяльність сільськогосподарських підприємств / О. С. Саламін // Економічний часопис-XXI. – 2015. – № 3-4(2). – С. 59-62.
9. Robbins, P., Bikande, F., Ferris, S., Kleih, U., Okoboi, G. and Wandschneider, T. (2004) Manual for Collective Marketing for Smallholder farmers. FAO. Rome. http://www.fao.org/sd/erp/toolkit/BOOKS/manual4_collectivemarketing.pdf.
10. Молдаван, Л. В. Економічні та соціогуманістичні основи розвитку кооперативної форми господарювання в Україні / Л. В. Молдаван // Економіка і прогнозування. – 2017. – №3. – С. 85-96.
11. Логоша, Р. В. Стан та перспективи розвитку сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів в галузі овочівництва / Р. В. Логоша // Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. – 2017. – № 9. – С. 74-86.
12. Кирилюк, Є. М. Стратегічні пріоритети розвитку сільськогосподарських маркетингових кооперативів в Україні / Є. М. Кирилюк // Інвестиції: практика та досвід. – 2015. – № 16. – С.12-17.

REFERENCES

1. Kil'kist' pidpryjemstv za vydamy ekonomichnoi' dijal'nosti z rozpodilom na velyki, seredni, mali ta mikropidpryjemstva u 2017 roci [Number of enterprises by type of economic activity with distribution to large, medium, small and micro enterprises in 2017]. State Statistics Service of Ukraine. Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua/> [in Ukrainian]. (2017).
2. Logosha, R. V., Pol'ova O. L. (2018). Osoblyvosti formuvannja marketyngovyh strategij sil'skogospodars'kyh pidpryjemstv [Features of the formation of marketing strategies for agricultural enterprises]. Retrieved from [http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnj_2018_11\(2\)_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnj_2018_11(2)_6) [in Ukrainian].
3. Esaulov, V. A. (2015). Marketyngova dijal'nist' jak vazhlyvyj instrument pidvyshhennja konkurentospromozhnosti sil'skogospodars'kyh pidpryjemstv [Marketing activity as an important tool for improving the competitiveness of agricultural enterprises]. Zbirnyk naukovykh prac' Tavrijs'kogo derzhavnogo agrotehnologichnogo universytetu (ekonomichni nauky) – Collection of scientific works of the Tavria State Agrotechnological University (economic sciences), 1, 94-100 [in Ukrainian].
4. Tarasovych, L. V. (2017). Marketyngova polityka sil'skogospodars'kyh pidpryjemstv jak instrument i'h ekonomichnogo zrostantnja [Marketing policy of agricultural enterprises as an instrument of their economic growth]. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2017_3_196 [in Ukrainian].
5. Bagorka, M. O., Bezugla L. S. (2016). Naprjamy vprovadzhennja systemy upravlinnja marketyngovuju dijal'nistju sil'skogospodars'kyh pidpryjemstv [Areas of introduction of the management system of marketing activity of agricultural enterprises]. Naukovyj visnyk Hersons'kogo derzhavnogo universytetu. Ser.: Ekonomichni nauky – Scientific

Journal of Kherson State University. Series «Economic Sciences», 6(1), 45-48 [in Ukrainian].

6. Poperechnyj, S. I., Kudla T. Ju. (2016). Aktual'ni problemy marketyngovoi' dijal'nosti sil'skogospodars'kyh pidpryjemstv [Actual problems of marketing activities of agricultural enterprises]. Naukovyj visnyk L'viv's'kogo nacional'nogo universytetu veterynarnoi' medycyny ta biotekhnologij imeni S. Z. G'zhyckogo. Serija: Ekonomichni nauky – Scientific Bulletin of Lviv NUVMTaBT named after SZ. Gizycki. Series «Economic Sciences», 18, 2, 118-122 [in Ukrainian].

7. Skryn'kovs'kyj, R. M. (2014). Marketyngovyj menedzhment sil'skogospodars'kyh pidpryjemstv: teoretychni aspekty i vplyv na ekonomichnu efektyvnist' [Marketing Management of Agricultural Enterprises: Theoretical Aspects and Impact on Economic Efficiency]. Agrosvit – Agrosvit, , 23, 10-14 [in Ukrainian].

8. Salamin, O. S. (2015). Rynkove seredovyshhe ta marketyngova dijal'nist' sil'skogospodars'kyh pidpryjemstv [Market environment and marketing activities of agricultural enterprises]. Ekonomichnyj chasopys-XXI – Economic Annals-XXI, 3-4(2), 59-62 [in Ukrainian].

9. Robbins, P., Bikande, F., Ferris, S., Kleih, U., Okoboi, G. and Wandschneider, T. (2004) Manual for Collective Marketing for Smallholder farmers. FAO. Rome. Retrieved from http://www.fao.org/sd/erp/toolkit/BOOKS/manual4_collectivemarketing.pdf [in English].

10. Moldavan, L. V. (2017). Ekonomichni ta sociogumanistychni osnovy rozvytku kooperatyvnoi' formy gospodarjuvannja v Ukrai'ni [Economic and socio-humanistic foundations of development of cooperative form of management in Ukraine]. Ekonomika i prognozuvannja – Economy and Forecasting, 3, 85-96 [in Ukrainian].

11. Logosha, R. V. (2017). Stan ta perspektyvy rozvytku sil'skogospodars'kyh obslugovujuchyh kooperatyviv v galuzi ovochivnyctva [Status and prospects of development of agricultural servicing cooperatives in the field of vegetable growing]. Ekonomika. Finansy. Menedzhment: aktual'ni pytannja nauky i praktyky – Economy. Finances. Management: actual issues of science and practical activity, 9, 74-86 [in Ukrainian].

12. Kyryljuk, Je. M. (2015). Strategichni priorytety rozvytku sil'skogospodars'kyh marketyngovyh kooperatyviv v Ukrai'ni [Strategic Priorities for the Development of Agricultural Marketing Co-operatives in Ukraine]. Investycii: praktyka ta dosvid – Investments: practice and experience, 16, 12-17 [in Ukrainian].

**Пенькова Оксана Георгиевна, Харенко Андрей Александрович, Соковнина Диана Михайловна.
НАПРАВЛЕНИЯ АКТИВИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛЫХ И СРЕДНИХ
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ УКРАИНЫ В КОНТЕКСТЕ АДМИНИСТРАТИВНО-
ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ РЕФОРМЫ**

В современных условиях для малых и части средних украинских сельскохозяйственных товаропроизводителей основной и преимущественно единственной составляющей комплекса маркетинга остается товарная политика, которая формируется в условиях неполной ретроспективной информации о состоянии рынка. Целью статьи является оценка возможностей активизации и повышения эффективности маркетинговой деятельности малых и средних сельскохозяйственных предприятий Украины в контексте административно-территориальной реформы. Методологической основой исследования является анализ, системный подход, диалектический метод научного познания, фундаментальные положения современной экономической теории, маркетинга, концепции стратегического управления, научные труды ведущих ученых-экономистов, посвященные исследованию проблем управления маркетинговой деятельностью сельскохозяйственных товаропроизводителей. Результаты исследования свидетельствуют, что единственный способ, которым мелкие и средние хозяйства могут конкурировать с крупными, заключается в том, чтобы сотрудничать друг с другом, реализовывать концепцию коллективного маркетинга. Мировая практика показывает распространенность и эффективность функционирования в аграрной сфере кооперативных структур, которые берут на себя значительную часть маркетинговых функций. В условиях Украины процесс объединения сельскохозяйственных товаропроизводителей в кооперативы происходит медленно и не широко распространен, что обусловлено институциональными и субъективными причинами, основными из которых являются отсутствие взаимного доверия и недостаток опыта и информации о преимуществах кооперации. Научная новизна исследования заключается в обосновании предложения о целесообразности создания сельскохозяйственными товаропроизводителями, входящих в одну объединенную территориальную общину единой организационной структуры – маркетингового координационного центра. Практическое значение исследования заключается в расчете сметы расходов на создание и обеспечение функционирования маркетингового координационного центра и разработке его рекомендуемой организационной структуры с выделением функциональных обязанностей работников.

Ключевые слова: маркетинговая деятельность, комплекс маркетинга, сельскохозяйственные предприятия, кооперативный маркетинг, координационные маркетинговые центры.

**Penkova Oksana G., Kharenko Andriy O., Sokovkina Diana M. AREAS OF ACTIVIZATION OF
MARKETING ACTIVITY OF SMALL AND MEDIUM-SIZED AGRICULTURAL ENTERPRISES OF
UKRAINE IN THE CONTEXT OF ADMINISTRATIVE-TERRITORIAL REFORM**

In modern conditions, for small and part of the average Ukrainian agricultural commodity producers, the main and predominantly single component of the marketing complex remains the commodity policy, which is formed under conditions of incomplete retrospective information on the state of the market. The purpose of the article is to assess the possibilities of activation and increase of the efficiency of marketing activity of small and medium-sized agricultural

enterprises of Ukraine in the context of administrative-territorial reform. Methodological basis of the research is analysis, system approach, dialectical method of scientific knowledge, fundamental positions of modern economic theory, marketing, concept of strategic management, scientific works of leading scientists-economists, devoted to research of problems of management of marketing activity of agricultural commodity producers. The results of the study show that the only way small and medium-sized farms can compete with big ones is to collaborate with each other to implement the concept of collective marketing. World practice shows the prevalence and effectiveness of functioning in the agrarian sector of cooperative structures that take on a significant part of marketing functions. In Ukraine, the process of combining agricultural commodity producers into cooperatives is slow and not widely spread due to institutional and subjective reasons, the main ones being the lack of mutual trust and the lack of experience and information on the benefits of cooperation. The scientific novelty of the research is to substantiate the proposals on the feasibility of creating agricultural commodity producers, which are one united territorial community of a single organizational structure – a marketing coordination center. The practical value of the study is to calculate the cost estimates for the creation and maintenance of the functioning of the marketing focal point and the development of its recommended organizational structure with the allocation of functional responsibilities of employees. A promising direction for further research is to find out the potential role of local authorities in coordinating the marketing activities of agricultural producers.

Key words: marketing activity, marketing complex, agricultural enterprises, cooperative marketing, coordination marketing centers.

Одержано 08.10.2018 р.

УДК 336.532:332.14

DOI:10.31339/2313-8114-2018-2(10)-102-109

Петренко Наталія Олександрівна,

д.е.н., доцент,

завідувач кафедри публічного управління та адміністрування,

Уманський національний університет садівництва

ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА ЯК СКЛАДОВА РЕГІОНАЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОЇ ПОЛІТИКИ

Механізм регулювання діяльності промислових підприємств можна уявити як інтегровану систему форм, методів, засобів, через які здійснюється вплив держави на промислову політику. Регіональна промислова політика є частиною державної, її визначає конкурентне середовище, напрям соціально-економічного розвитку, ресурсний потенціал, розмір бюджету тощо. Формування та впровадження промислової політики на регіональному рівні тісно пов'язані з питанням ефективного розвитку галузей промисловості, що складають галузь в регіоні. Головним елементом регіональної промислової політики на сучасному етапі економічної реформи є інвестиційна політика, як найважливіша складова формування сталого розвитку. Метою статті є дослідження питань розробки та реалізації інноваційної політики регіонального розвитку промисловості на прикладі Черкаської області. З'ясовано, що в Україні є чимало перешкод для інноваційної активності, що мають різний ступінь впливу на розвиток промисловості, зокрема хімічного комплексу, пов'язаних із відсутністю необхідних законодавчих, політичних, економічних, моральних та інших інструментів регулювання даного процесу. Виокремлено фактори, що сприятимуть проведенню активної інноваційної політики в хімічній галузі. Встановлено, що вагомого значення при реалізації інноваційної промислової політики набувають залучені кошти різних фінансових структур, бюджетних коштів, інвесторів і коштів підприємств. Визначено інституційні механізми підвищення ефективності інноваційних процесів на регіональному рівні. Резюмовано, що найважливішим напрямком розвитку хімічного комплексу в найближчій перспективі має стати інноваційний розвиток, а найважливішим фактором у розвитку інноваційного середовища має бути продумана державна політика у напрямку розвитку та впровадження інновацій, що враховує сучасні світові інвестиційні процеси та тенденції, міжнародні норми і правила. Зважаючи на динамічний розвиток інноваційних процесів в Україні, подальші науково-методологічні дослідження, на нашу думку, слід проводити у напрямі розробки та формування інноваційної політики регіонального розвитку промисловості.

Ключові слова: інновації, інноваційна політика, регіон, промисловість, хімічна промисловість, розвиток.

ВСТУП

Постановка проблеми. Механізм регулювання діяльності промислових підприємств можна уявити як інтегровану систему форм, методів, засобів, за

допомогою яких здійснюється вплив держави на промислову політику. Регіональна промислова політика є частиною державної і визначається конкурентним середовищем, напрямом соціально-економічного розвитку, ресурсним потенціалом,

розміром бюджету тощо. Формування і реалізація промислової політики на регіональному рівні тісно взаємопов'язані з питаннями ефективного розвитку галузей, складових промисловості регіону.

Визначальним елементом регіональної промислової політики на сучасному етапі реформування економіки є інноваційна політика як найважливіша складова формування сталого розвитку. Разом з тим, сталий розвиток регіону безпосередньо пов'язаний із процесами, що відбуваються в країні та світі і, природно, має враховувати дані процеси. Тому, доцільно дослідити вказані процеси на рівні країни та регіону, зокрема хімічної галузі, як однієї з перспективних галузей промисловості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питанням розробки і реалізації інноваційної політики та впровадження інноваційних форм управління в діяльність промислових підприємств приділено значну увагу, зокрема у працях науковців: Вилгіна Є. А. [1], Говорухи Ж. А. [3], Узунова В. В. [12], Щипцова А. А. [9] йдеться про використання інновацій як головного елементу розвитку економіки. У працях Геєця В. М. [4], Ілляшенко С. М. [5], Біловодської О. А. [5], Ковальчук С. [7], Наконечної Т. Ю. [8] розглядається інноваційний потенціал, особливості регіонального інноваційного процесу та визначаються підходи до реалізації регіональної інноваційної політики держави.

Проте сучасний динамічний розвиток інноваційних процесів в Україні свідчить про актуальність подальших досліджень у напрямку забезпечення інноваційної політики регіонального розвитку промисловості.

Теоретичні питання, концептуальні засади, принципи, положення, висновки і рекомендації, висвітлені у працях вказаних науковців, створили міцний теоретико-методологічний фундамент та посідають вагоме місце у вирішенні проблем інноваційної політики розвитку промисловості країни. Однак, питання щодо розробки та впровадження інноваційної політики розвитку промисловості на рівні регіонів, на даний час, залишаються малодослідженими та потребують подальших теоретико-методологічних розвідок. Тому дане питання наразі, набуває особливої актуальності, обумовлює тематику дослідження та її мету.

Мета статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження питань розробки та реалізації інноваційної політики регіонального розвитку промисловості на прикладі Черкаської області.

РЕЗУЛЬТАТИ

Промисловість відіграє важливу роль в економіці країни, забезпечуючи продуктами та послугами різні галузі господарства та населення [1]. В Україні нараховується 42564 промислових підприємств, що складає 12,4% від їх загальної кількості. У 2017 р. обсяг реалізованої промислової продукції становив 1776603,7 млн. грн., найбільшу питому вагу в її обсязі займала продукція переробної промисловості: хімічна промисловість (23,9%); виробництво харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів (22,4%); металургійне виробництво,

виробництво готових металевих виробів (15,7%); машинобудування (6,5%) [2].

Економічні принципи державного регулювання промислової політики є невід'ємною складовою частиною сталого розвитку територій [3, с. 108]. При цьому використовуються різні підходи і методи регулювання: інституційні перетворення; формування нормативно-правового середовища і умов для розвитку інноваційно-орієнтованих змін промисловості; реформування податкової системи; митне регулювання; стимулювання інноваційної та інвестиційної діяльності; цілеспрямоване застосування державних інвестицій; вдосконалення системи управління тощо [4, с. 276].

Слід зазначити, що в Україні є чимало перешкод для інноваційної активності, що мають різний ступінь впливу на розвиток промисловості, зокрема хімічного комплексу, пов'язаних із відсутністю необхідних законодавчих, політичних, економічних, моральних та інших інструментів регулювання даного процесу.

У табл. 1. узагальнено чинники, що перешкоджають інноваційній активності у промисловій галузі України в 2017 р. Аналізуючи дані табл. 1 слід зазначити, що найбільш суттєвими проблемами, що гальмують інноваційну активність, є: дефіцит оборотних коштів, збитковість і неплатоспроможність, неліквідність, фінансова нестабільність, відсталість інформаційних і управлінських структур, відсутність розвиненого інноваційного середовища тощо.

На нашу думку, на даний час Україна не володіє достатніми передумовами для успішної модернізації ні на макро-, ні на мікрорівнях. Кількість і якість інноваційних процесів не відповідає вимогам ринкової економіки [5, с. 66]. Так, в Україні з 38 тис. підприємств промисловості до інноваційно-активних відноситься всього 5,2% [3, с. 108].

У 2017 р. частка інноваційної продукції в загальному обсязі реалізованої промислової продукції склала близько 3%, в тому числі, хімічної та нафтохімічної – 5,5 [6].

Найбільша частка інноваційних витрат підприємств спрямована на придбання основних фондів, проектування, технологічну підготовку, випробування (близько 70% від витрат на інновації). У той же час, на придбання нових технологій, що визначають перспективи технологічного розвитку, включаючи патенти і ліцензії, доводиться лише 8% витрат на інновації, а на навчання і підготовку персоналу, маркетингові дослідження – приблизно 1% [6]. Неефективна структура витрат на інновації безпосередньо пов'язана з обмеженістю ресурсів, що досить вагомо впливає на якість, новизну і конкурентоспроможність виробленої продукції [7, с. 28].

Рішення проблем впровадження інноваційних процесів у виробництво і вихід на якісно новий техніко-технологічний рівень передбачає інші підходи до організації управлінських структур в досліджуваній галузі. Необхідним є комплексний, системний підхід до управління, перехід від традиційних до прогресивних принципів управління, створення сприятливого середовища для впровадження інновацій

на законодавчому рівні. Однак, в політично нестабільних умовах, головна мета в бізнесі – отримання надприбутків в короткий термін, тоді як фундаментальна наука, яка забезпечує технічний прогрес, вимагає великих витрат і тривалого часу.

На нашу думку, проведення активної інноваційно-технологічної політики в хімічній галузі є неможливою без пріоритетного розвитку прикладної хімічної науки, яка повинна стати найважливішим фактором стратегічного розвитку хімічного комплексу, спрямованої на:

- залучення інвестицій;
- випуск прогресивної і конкурентоспроможної продукції для всіх економічно активних галузей;

– оновлення і розширення асортименту товарів, що випускаються на основі поліпшення споживчих властивостей хімічної продукції для промисловості, населення і сфери послуг;

– розвиток імпортозамінних виробництв на базі освоєння передових хімічних технологій і наукоємних продуктів;

– формування експортного хімічного потенціалу за рахунок переробки сировини, розширення асортименту продукції, що відповідає міжнародним вимогам якості;

– диверсифікацію і реструктуризацію економіки галузі загалом.

Таблиця 1

Чинники, що перешкоджають впровадженню інновацій у промислові підприємства України, 2017 р.

Чинники	Кількість організацій, які оцінили чинники, що перешкоджають інноваціям	
	значний вплив	незначний вплив
<i>Економічні чинники:</i>		
– нестача власних коштів	2820	779
– низька фінансова підтримка зі сторони держави	2896	1524
– низький платоспроможний попит на інноваційні продукти	2243	3069
– висока вартість нововведень	3281	1407
– високі економічні ризики	2514	2819
– тривалий термін окупності нововведень	2677	2603
<i>Виробничі чинники:</i>		
– низький виробничий потенціал підприємства	2082	2947
– недостатність кваліфікованого персоналу	1950	3914
– недостатність інформації про нові технології	1681	4121
– недостатність інформації про ринки збуту	1746	3929
– несприйнятливості організації до нововведень	895	4392
– неможливість кооперації з іншими підприємствами	1415	3761
<i>Інші чинники:</i>		
– низький попит на інноваційну продукцію	1598	3336
– недостатність законодавчих і нормативно-правових документів, що регулюють інноваційну діяльність	1922	2979
– невизначеність термінів інноваційного процесу	1506	3322
– низький розвиток інноваційної структури	1888	2893
– низький розвиток ринку технологій	2072	2792

Джерело: побудовано автором на основі аналізу даних [6,9].

Також, для стабілізації та розвитку хімічної промисловості, необхідним є виділення перспективних напрямків розвитку, які забезпечать високу прибутковість і конкурентоспроможність з урахуванням зовнішніх чинників (зокрема, процесів глобалізації).

Для залучення інвестицій в галузь, незалежно від форм і джерел цих інвестицій, необхідною є корпоративна реструктуризація: створення інноваційних підприємств з ефективною виробничою стратегією. Держава повинна створити діюче інноваційне середовище для інвестицій, а промислова політика повинна будуватися так, щоб було вигідно інвестувати в хімічну промисловість. Тільки в цьому випадку хімічна промисловість може стати конкурентоспроможною на міжнародному ринку.

Джерелом коштів для реалізації промислової інноваційної політики в хімічному комплексі повинна

стати система поворотного фінансування інноваційних проектів та прикладних розробок, які реалізуються за кошти державного бюджету на умовах конкурсу [9, с. 142]. Слід зауважити, що іноземні підприємства не ризикують вкладати кошти в хімічну галузь України. Основними причинами такого становища, на нашу думку, є те, що:

- політична та економічна ситуація в країні є нестабільною;
- відсутній вільний банківський капітал;
- підприємці некладають грошові кошти у вітчизняну хімічну промисловість через довготривалість повернення інвестованих коштів;
- низька купівельна спроможність населення гальмує розвиток промислового виробництва;
- існує жорстка конкуренція на світовому ринку хімічної продукції.

За даними порівняльного аналізу показників

Держкомстатистики України щодо розвитку областей нами встановлено, що частка Черкаської області в загальноукраїнському потенціалі становить близько 2%. Черкаська область входить до двадцятки кращих областей країни.

Здійснюючи аналіз видів економічної діяльності (станом на кінець 2017 р.), слід зазначити, що основу промисловості Черкаської області становить виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів – 50,6%, хімічних речовин та хімічної продукції – 16,5%, постачання електроенергії, пари та кондиційованого повітря – 12,7%, машинобудування, крім ремонту і монтажу машин і устаткування – 5,2% [10].

Промислова продукція забезпечує вагому частку експортного потенціалу області – близько 25%. Зростання індексу промислової продукції в області спостерігалось у 2012-2013 рр.; протягом останніх років триває спад обсягів промислового виробництва, що зумовлено скороченням ринків збуту продукції, відсутністю обігових коштів на підприємствах, платіжною кризою населення та ін. [10].

Хімічна галузь є базовою галуззю промисловості області, яка займає провідне місце у виробництві мінеральних добрив у загальнодержавних обсягах: 17,2% – сечовини (карбаміду), 37,9% – нітрату амонію (селітри), 17,5% – аміаку безводного. Виробничу діяльність у галузі здійснює 9 підприємств [11].

Флагманом галузі є ПАТ «Азот», де зайнято понад 4,3 тисячі працівників, питома вага якого в обсягах реалізації складає майже 90%. Більше 28% виробленої ним продукції реалізується на зовнішніх ринках.

Протягом 2013-2017 рр. темпи виробництва продукції у галузі зменшилися з 94,4% до 91,1%. Спад темпів виробництва на ПАТ «Азот» пов'язаний із несприятливою кон'юктурою на зовнішніх ринках та залежністю від імпорту сировини (природного газу). У

2013 році через втрату конкурентоспроможності припинено виробництво капролактаму та іонообмінних смол, знижено обсяги виробництва аміачної селітри та карбаміду.

Незважаючи на виклики сьогодення, ПАТ «Азот» взяв чіткий вектор розвитку – завоювання європейських ринків збуту карбаміду, аміаку та аміачної селітри, для чого на 2019 рік підприємством передбачені інвестиції у сумі 184 млн. грн., що забезпечить проведення капітальних ремонтів та модернізацію виробництва. Ці заходи підвищать енергоефективність та конкурентоспроможність продукції [11].

Одним з найважливіших показників інноваційної активності є інвестиції в основний капітал. За офіційними даними Головного управління статистики у Черкаській області [10] інвестиції в основний капітал щорічно знижуються і скорочуються за всіма джерелами фінансування. Так, за підсумками 2017 р. за рахунок усіх джерел фінансування освоєно 3 413,3 млн. грн. капітальних інвестицій (16 місце по Україні). Індекс капітальних інвестицій проти 2016 р. склав 88% (у порівнянних цінах). Серед регіонів України, що належать до однієї з Черкаською областю типології, за показником питомої ваги обсягів освоєних капітальних інвестицій у 2017 р., область займає четверте місце (1,3%), випереджаючи Житомирську, Рівненську (по 1,1%) та Кіровоградську (1,2 %) області [10].

Головним джерелом фінансування капітальних інвестицій протягом останніх років (табл. 2) залишаються власні кошти підприємств та кошти населення (за підсумками 2017 р. їх питома вага в загальному обсязі капітальних інвестицій становить 69,2% та 9,9%, відповідно). В структурі капітальних інвестицій (рис. 1) спостерігається тенденція до зростання коштів місцевих бюджетів: за 2013-2017 рр. їх частка зросла у два рази (з 3,2% до 6,3%) [11].

Таблиця 2

Джерела фінансування капітальних інвестицій в області, %

Джерела фінансування	Роки				
	2013	2014	2015	2016	2017
Власні кошти підприємств	71,5	60,9	66,3	69,4	69,2
Кошти місцевих бюджетів	3,2	4,1	4,0	4,8	6,3
Кошти державного бюджету	4,7	6,0	6,8	5,8	3,7
Кошти населення	6,2	10,8	6,6	9,5	9,9
Кошти іноземних інвесторів	0,8	0,8	1,0	0	0,1
Кредити, позики	10,8	11,5	13,3	8,9	9,0
Інші джерела	2,8	5,9	2,0	1,6	1,8

Джерело: [10;11].

Серед причин низької інвестиційної активності слід назвати: по-перше, відсталість науково-технічного потенціалу підприємств хімічної промисловості, створеного ще у 50-х роках минулого століття. По-друге, нестабільне економічне становище більшості підприємств, що в певній мірі перешкоджає вкладенню коштів в удосконалення технологій виробництва, впровадження новітньої техніки і технологій. По-третє, в якості основних джерел економічного розвитку підприємства продовжують використовувати

інвестиції на капітальний ремонт і заміну застарілого обладнання. По-четверте, в хімічній галузі основними джерелами впровадження інновацій є власні кошти підприємств. Більшість підприємств для фінансування використовують прибуток, що залишається після оподаткування.

Незначні масштаби інноваційних проектів обумовлені тим, що вони фінансуються, в основному, за рахунок коштів підприємств шляхом використання оборотного капіталу і складають в хімічній

промисловості 99,4% всіх інвестицій. Загалом, на сьогодні, в країні відсутній механізм залучення інвестицій у підприємства хімічного комплексу [12].

Отже, на даний час підприємства хімічної промисловості характеризуються наявністю науково-технічного потенціалу, в якості основних джерел розвитку продовжують використовувати інвестиції на капітальний ремонт і заміну застарілого обладнання.

Разом з тим, незважаючи на складність створення інноваційного середовища, у підвищенні інноваційної активності підприємств спостерігається

позитивна тенденція розвитку інноваційного процесу, так зокрема на ПАТ «Азот», ЗАТ «Еко-Азот», ТОВ «Інфоазот» перспективними планами технічного розвитку передбачаються інвестиційні вкладення в оновлення і модернізацію виробництва. Впровадження інноваційних проектів дасть змогу змінити асортиментну політику, перейти від сировинної спрямованості до продуктової, знизити витрати виробництва, збільшити глибину переробки сировини і, в кінцевому рахунку, підвищити конкурентоспроможність продукції, що випускається.

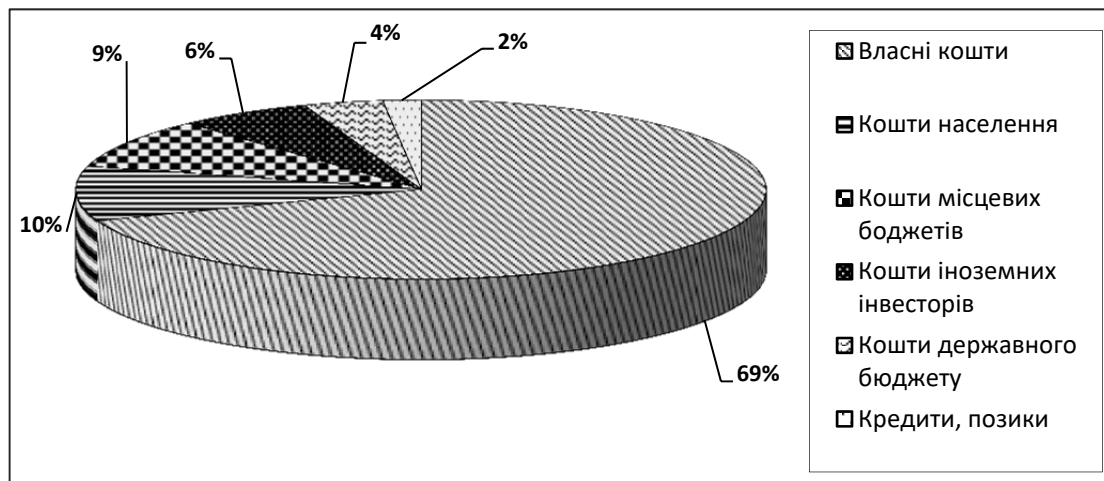


Рис. 1. Джерела фінансування капітальних інвестицій в Черкаській області, %

Джерело: [10].

За умов низького рівня фінансових ресурсів велике значення при реалізації інноваційної промислової політики набувають залучені кошти різних фінансових структур, бюджетних коштів, інвесторів і коштів підприємств.

Пріоритетами інноваційної політики Черкаської області в напрямку розвитку промисловості, зокрема хімічної, повинні стати:

- створення сприятливого інноваційно-орієнтованого клімату;
- допомога в пошуку інвесторів, як вітчизняних, так і зарубіжних;
- інформаційно-координаційна робота;
- залучення галузевих науково-дослідних інститутів для розробки стратегічних проектів розвитку промисловості.

Разом з тим, для створення сприятливого інноваційно-орієнтованого клімату, в Черкаській області повинні бути опрацьовані питання першочергової підтримки промислових підприємств, які: стратегічно важливі для економіки області; створюють робочі місця; володіють високим інноваційним потенціалом; виробляють імпортозамінну конкурентоспроможну продукцію.

Підвищення ефективності інноваційних процесів є можливим на основі розробки організаційних механізмів, що включають:

- створення організацій, об'єднань, будь-яких інших організаційних структур, призначених забезпечувати комплексне обслуговування при впровадженні інноваційних проектів, що враховують економічні інтереси підприємств-партнерів,

включаючи консультації фахівців;

- залучення галузевих НДІ для наукової розробки і реалізації нововведень;
- залучення банків, зацікавлених в інвестуванні виробників;
- залучення іноземних інвесторів.

Разом з тим, доцільно було б передбачити на державному рівні пільгове поточне, середньо- та довгострокове кредитування як державних, так і комерційних банків, інвестиційних та інноваційних фондів під конкретні науково-дослідні та інноваційні програми й проекти на підставі конкурсного відбору.

Застосовуючи ці методи, можна сконцентрувати необхідний капітал для технічного переоснащення підприємств і виходу на інноваційні процеси технологічного характеру, що безпосередньо сприяють модернізації виробництва. Створення умов для впровадження інноваційно-орієнтованих технологій дасть змогу створити сучасну технологічну базу для освоєння нових видів продукції. Підприємства хімічної промисловості зможуть перейти в фазу стійкого розвитку.

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

За результатами проведеного дослідження питань розробки та реалізації інноваційної політики регіонального розвитку промисловості, на прикладі підприємств хімічної промисловості Черкаської області, слід резюмувати, що без активізації інноваційних процесів політики модернізації

виробничо-технічної бази неможливе ні економічне зростання, ні фінансова стабільність, як галузі, так області загалом.

Найважливішим напрямом розвитку підприємств хімічної промисловості в найближчій перспективі має стати інноваційний розвиток, а найважливішим чинником у розвитку інноваційного середовища, на нашу думку, має бути ефективна державна політика у напрямі розвитку та

впровадження інновацій, що враховує сучасні світові інвестиційні процеси та тенденції, міжнародні норми і правила.

Зважаючи на динамічний розвиток інноваційних процесів в Україні, подальші науково-методологічні дослідження, на нашу думку, слід проводити у напрямі розробки та формування інноваційної політики регіонального розвитку промисловості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вилгін, Є. А. Підходи до реалізації регіональної інноваційної політики держави [Електронний ресурс] / Є. А. Вилгін // Державне управління: удосконалення та розвиток. – 2012. – №9. – Режим доступу : <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=477>.
2. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. 2017. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Говоруха, Ж. А. Питання розвитку інноваційної діяльності підприємств України / Ж. А. Говоруха // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 8(74). – С. 107-115.
4. Економіка України: стратегія і політика довгострокового розвитку: монографія / за ред. В. М. Гесць; Інститут економіки та прогнозування НАН України. – К.: Фенікс, 2003. – 1008 с.
5. Ілляшенко, С. М. Управління інноваційним розвитком промислових підприємств: монографія / С. М. Ілляшенко, О. А. Біловодська. – Суми: Університетська книга, 2010. – 281 с.
6. Інноваційна діяльність промислових підприємств України: статистична доповідь [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – 2017. – Режим доступу: http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/2017/dop/04/dop_idpp2017.zip.
7. Ковальчук, С. Сучасний стан інноваційного розвитку промислових підприємств України / С. Ковальчук // Економіст. – 2012. – № 10. – С. 27-32.
8. Наконечна, Т. Ю. Регіональна інноваційна політика як фактор зростання національної економіки / Т. Ю. Наконечна // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2010. – Т. 1. – С. 67-72.
9. Щипцов, А. А. Особливості та необхідність впровадження інновацій на промислових підприємствах / А. А. Щипцов // Вектор науки. Серія: економіка і управління. – 2013. – № 1. – С. 141-143.
10. Офіційний сайт Головного управління статистики у Черкаській області. 2017. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ck.ukrstat.gov.ua>.
11. Профіль Черкаської області. Аналітично-описова частина до стратегії розвитку Черкаської області. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ck-oda.gov.ua/docs/2017/strategy_2020.pdf.
12. Узунов, В. В. Інноваційний потенціал та особливості протікання регіонального інноваційного процесу [Електронний ресурс] / В.В. Узунов // Державне управління: удосконалення та розвиток. – 2012. – №11. – Режим доступу: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=639>.
13. Україна сьогодні. Каталог провідних підприємств України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.com.ua/ukr/RegionsPotential/Cherkasy/>

REFERENCES

1. Vylhin, Y. A. (2012). Pidkhody do realizatsiyi rehional'noyi innovatsiynoyi polityky derzhavy [The methods of implementation of regional innovation policy]. Derzhavne upravlinnya: udoskonalennya ta rozvytok – Public administration: improvement and development, 9. Retrieved from <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=477> [in Ukrainian].
2. State Statistics Service of Ukraine (2017). Innovatsiyna diyal'nist' promyslovykh pidpryyemstv Ukrayiny [Innovation activities of industrial enterprises of Ukraine]. Retrieved from http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/2015/dop/04/dop_idpp2014.zip [in Ukrainian].
3. Hovorukha, Zh. A. (2007). Pytannia rozvytku innovatsiinoi diialnosti pidpryyemstv Ukrainy [Issues of development of innovation activity of enterprises of Ukraine]. Aktualni problemy ekonomiky. – Actual problems of the economy, 8(74), 107-115. [in Ukrainian].
4. Heyets, V. M. (2003). Ekonomika Ukrayiny: stratehiya i polityka dovhostrokovoho rozvytku [Ukraine's economy: strategy and policy of long-term development]. Kyiv: Institute for Economics and Forecasting of Ukrainian NAS. [in Ukrainian].
5. Illiashenko S. M., Bilovodska O. A. (2010). Upravlinnia innovatsiynym rozvytkom promyslovykh pidpryyemstv [Management of innovative development of industrial enterprises]. Sumy: University book. [in Ukrainian].
6. Innovatsiina diialnist promyslovykh pidpryyemstv Ukrainy : statystychna dopovid [Innovative activity of industrial enterprises of Ukraine]. – State Committee of Statistics of Ukraine. 2017. (Official site). [Derzhavnyi komitet statystyky Ukrainy]. Retrieved from: http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/2017/dop/04/dop_idpp2017.zip. [in Ukrainian].
7. Kovalchuk, S. (2012). Suchasnyi stan innovatsiinoho rozvytku promyslovykh pidpryyemstv Ukrainy [Modern

state of innovation development of industrial enterprises of Ukraine]. Ekonomist. – Economist. 10. 27-32. [in Ukrainian].

8. Nakonechna, T. Y. (2010). Rehional'na innovatsiyna polityka yak faktor zrostannya natsional'noyi ekonomiky [Regional innovation policy as a factor of national economic growth]. In Teoretychni i praktychni aspekty ekonomiky ta intelektual'noyi vlasnosti [Theoretical and Practical Aspects of Economics and Intellectual Property]: 1 (pp. 67-72). Mariupol: Pryazovskyi State Technical University. [in Ukraine].

9. Shchypytsov, A. A. (2013). Osoblyvosti ta neobkhdnist vprovadzhennia innovatsii na promyslovykh pidpriemstvakh. [Features and the need for innovation in industrial enterprises]. Vektor nauky. Serii: ekonomika i upravlinnia. – Vector of science. Series: Economics and Management. 1. 141-143. [in Ukrainian].

10. Department of Statistics in Cherkassy Region (Official site). 2017. [Holovne upravlinnia statystyky u Cherkaskii oblasti]. Retrieved from: <http://www.ck.ukrstat.gov.ua>. [in Ukrainian].

11. Profil Cherkaskoi oblasti. Analitychno-opysova chastyna do stratehii rozvytku Cherkaskoi oblasti. [Profile of Cherkasy region. Analytical and narrative strategy of Cherkasy region]. Retrieved from: www.ck-oda.gov.ua/docs/2017/strategy_2020.pdf. [in Ukrainian].

12. Uzunov, V. V. (2012). Innovatsiynnyy potentsial ta osoblyvosti protikannya rehional'noho innovatsiynoho protsesu [Innovation potential and peculiarities of regional innovation process flow]. Derzhavne upravlinnia: udoskonalennya ta rozvytok – Public administration: improvement and development, 11. Retrieved from <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=639> [in Ukrainian].

13. Ukraina sohodni. Katalog providnykh pidpriemstv Ukrainy. [Ukraine today. Catalog of leading Ukrainian enterprises]. (Official site). Retrieved from: <http://www.rada.com.ua/ukr/RegionsPotential/Cherkasy>. [in Ukrainian].

Петренко Наталья Александровна. ИННОВАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ

Механизм регулирования деятельности промышленных предприятий можно представить как интегрированную систему форм, методов, средств, через которые осуществляется воздействие государства на промышленные политики. Региональная промышленная политика является частью государства, ее определяет конкурентная среда, направление социально-экономического развития, ресурсный потенциал, размер бюджета и тому подобное. Формирование и внедрение промышленной политики на региональном уровне тесно связаны по вопросу эффективного развития отраслей промышленности, составляющих отрасль в регионе. Главным элементом региональной промышленной политики на современном этапе экономической реформы является инвестиционная политика, как важнейшая составляющая формирования устойчивого развития. Целью статьи является исследование вопросов разработки и реализации инновационной политики регионального развития промышленности на примере Черкасской области. Установлено, что в Украине есть немало препятствий для инновационной активности, имеют разную степень влияния на развитие промышленности, в частности химического комплекса, связанных с отсутствием необходимых законодательных, политических, экономических, моральных и других инструментов регулирования данного процесса. Выделены факторы способствующие проведению активной инновационной политики в химической отрасли. Установлено, что большое значение при реализации инновационной промышленной политики приобретают привлеченные средства различных финансовых структур, бюджетных средств, инвесторов и средств предприятий. Определены институциональные механизмы повышения эффективности инновационных процессов на региональном уровне. Резюмированы, что важнейшим направлением развития химического комплекса в ближайшей перспективе должен стать инновационное развитие, а важнейшим фактором в развитии инновационной среды должна быть продумана государственная политика в направлении развития и внедрения инноваций, учитывающий современные мировые инвестиционные процессы и тенденции, международные нормы и правила. Учитывая динамичное развитие инновационных процессов в Украине, дальнейшие научно-методологические исследования, по нашему мнению, следует проводить в направлении разработки и формирования инновационной политики регионального развития промышленности.

Ключевые слова: инновации, инновационная политика, регион, промышленность, химическая промышленность, развитие.

Petrenko Natalia O. INNOVATIVE POLICY OF REGIONAL DEVELOPMENT OF INDUSTRY

The mechanism for regulating the activities of industrial enterprises can be imagined as an integrated system of forms, methods, means, through which the state's influence on industrial policy is carried out. Regional industrial policy is part of the state and is determined by the competitive environment, the direction of socio-economic development, resource potential, the size of the budget, etc. Formation and implementation of industrial policy at the regional level are closely interconnected with the issues of effective development of industries that make up the industry in the region. The main element for regional industrial policy at the present stage of economic reform is investment policy, as the most important component of the formation of sustainable development. However, sustainable development of the region is directly related to the processes, what is happening in the country and in the world and, of course, should take into account these processes. Therefore, these processes should be investigated at the level of the country and region, in particular the chemical industry, as one of the promising branches of industry. The article analyzes the processes of development and implementation of innovation policy of regional development of industry on the example of Cherkasy region. It is revealed that in Ukraine there are many obstacles for innovative activity that have different degrees of influence on the development of industry, in particular the chemical complex, connected with the lack of necessary legislative, political, economic,

moral and other tools for regulating this process. The factors contributing to conducting an active innovation policy in the chemical industry are highlighted. It has been established that the attracted funds of various financial structures, budget funds, investors and enterprises funds are gaining importance in the implementation of innovation industrial policy. It is summarized that the most important direction of development of the chemical complex in the near future should be innovation development, and the most important factor in the development of innovation environment should be considered state policy in the direction of development and implementation of innovations that takes into account the current world investment processes and trends, international norms and rules.

Key words: *innovation, innovation policy, region, industry, chemical industry, development.*

Одержано 06.11.2018 р.

Проскура Володимир Федорович,
д.е.н., професор кафедри менеджменту
та управління економічними процесами,
Максютова Олена Володимирівна,
аспірант кафедри менеджменту
та управління економічними процесами,
Мукачівський державний університет

МОДЕЛЮВАННЯ РЕСУРСНИХ ПОТОКІВ РЕГІОНУ

Актуальність теми проведеного дослідження є очевидною, оскільки будь-які структурні зміни, що відбуваються на рівні регіону, мають вплив на характер руху ресурсних потоків, на рівень соціально-економічного розвитку регіону, а відповідно і на рівень його економічної безпеки. Відсутність узгодженості між стратегічними інтересами регіону та частковими інтересами власників господарюючих суб'єктів може призвести до ігнорування останніми інтересів регіону та послаблення його економічної безпеки. Особливу небезпеку на даний час складає неконтрольований рух ресурсних потоків, зокрема міграція кадрів та фінансового капіталу, що може призвести до розбалансованості відтворювальної системи регіональної економіки. У зв'язку з цим вирішенню проблеми моделювання ресурсних потоків регіону треба приділяти значно більше уваги. Основною метою статті є розробка наукових підходів до моделювання ресурсних потоків регіону. У статті елементи регіональної системи розглядаються як відкриті підсистеми, функціонування яких має певний вплив на регіональний розвиток та характеризується великою кількістю зв'язків, в основі яких лежить рух ресурсних потоків. Зазначено, що ресурсний потік розглядається як сприятливий рух ресурсів, який має вплив на розвиток регіональної соціо-еколого-економічної системи. Запропоновано розглядати регулювання ресурсних потоків регіону як процес, що включає формування, стимулювання переміщення в необхідному напрямку і перетворення ресурсів у напрямку забезпечення економічного та стійкого розвитку регіону. Визначено, що регулювання ресурсних потоків передбачає проведення моніторингу та окреслено принципи, у відповідності з якими повинно здійснюватися координування ресурсних потоків, а саме: системність, комплексність, науковість, конструктивність, варіантність. Як варіант розв'язання проблеми в основу моделювання ресурсних потоків регіону може бути покладена концепція «балансу балансів» яка передбачає збалансування процесів формування і використання природних, демографічних, людських, господарсько-економічних ресурсів території, які об'єднуються в одне ціле. Автори пропонують динамічну модель, якою описується стан ресурсу, та оптимізаційну задачу формування ресурсних потоків. Для оптимізації потоків ресурсів у регіоні запропоновано використання задач транспортного типу, а для прогнозування значень показників ресурсозабезпеченості регіону – моделей часових рядів і регресійних моделей з одним рівнянням. Розроблена модель базується на побудові цільової функції та визначенні оптимального розміру ресурсного забезпечення з точки зору цілей регіону. В якості основної мети управління ресурсним забезпеченням регіону розглядається максимальне задоволення постійно зростаючих потреб регіону.

Ключові слова: ресурси, ресурсні потоки, економічна безпека регіону, оптимізаційна задача.

ВСТУП

Постановка проблеми. В умовах сьогодення сформувалося усвідомлення того, що будь-який розвиток здійснюється в просторових координатах. Відносно недавня категорія «просторовий розвиток» виявилася відразу прив'язана до категорії «стратегічного планування» через поняття «просторове планування». Це означає, що розвиток, а не просто відтворення, можливий тільки в тому випадку, якщо кількісне уявлення про тенденції перебігу соціально-економічних процесів буде доповнено характеристикою просторових взаємозв'язків. У цьому контексті стійкий розвиток регіональної економіки слід розглядати як пропорційний розвиток регіонального простору, в межах якого здійснюються інноваційні перетворення в усіх сферах виробничо-господарської та соціокультурної діяльності населення.

Реалізація програм регіонального соціо-еколого-економічного розвитку пов'язана з необхідністю

вирішення протиріч між стратегічними інтересами регіону, орієнтованими на отримання довготривалого соціально-економічного ефекту, і частковими інтересами власників господарюючих суб'єктів, які прагнуть отримати прибуток у короткостроковому періоді і обмежують коло своєї відповідальності тільки тими завданнями, які безпосередньо пов'язані з технологічним профілем галузі. Відсутність дієвого механізму узгодження даних інтересів призводить до того, що господарюючі суб'єкти в процесі конкурентної боротьби за використання ресурсів інноваційного розвитку ігнорують стратегічні інтереси регіону, що в свою чергу створює загрозу його економічній безпеці. В результаті, міграція кадрів, фінансового капіталу та інших ресурсів може призвести до розбалансованості відтворювальної системи регіональної економіки. Оскільки будь-які структурні зміни регіональної економіки відбиваються на рівні соціально-економічного розвитку регіону, тому необхідно враховувати характер руху ресурсних потоків.

У зв'язку з цим актуальним є переосмислення підходів до управління економічною безпекою та стійким розвитком регіону з точки зору ресурсного забезпечення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Протягом другої половини минулого століття макроекономічне моделювання отримало значного розвитку насамперед завдяки науковому доробку відомих західних вчених: В. Велфе, Р. Вінна, М. Еванса, Л. Клейна, Ф. Кушнірського, В. Леонтьєва, Г. Менк'ю, Д. Ромера, Дж. Сакса, П. Самуельсона, Я. Тінбергена, К. Холдена та інших. Сучасна наука широко надає уявлення про методи прогнозування та моделювання територіальної соціально-економічної динаміки. Це праці вітчизняних науковців, таких як А. Голюков, Я. Виклюк, В. Керецман, Т. Стеценко, О. Тищенко, Т. Максимова, К. Мезенцев та ін. Однак, проблемам моделювання ресурсних потоків на рівні регіону на основі застосування певних індикаторів вітчизняними вченими проводяться у недостатніх обсягах.

Мета статті (постановка завдання). Основною метою статті є розробка наукових підходів до моделювання ресурсних потоків регіону.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Сукупність відносин, що виникають між елементами соціо-еколого-економічної системи, не може бути зведена тільки до питань взаємодії між суб'єктами господарювання. Розглядаючи елементи регіональної системи як відкриті підсистеми, слід враховувати також всі види наслідків для регіонального розвитку, до яких призводить їхнє функціонування. Відповідно структура регіональної системи буде характеризуватися великою кількістю зв'язків, що об'єднують її елементи, в тому числі і через об'єкти інноваційної інфраструктури. При описі технології формування стратегії управління регіональним розвитком ми виходимо з передумови, що в основі зазначених зв'язків лежить, перш за все, рух ресурсних потоків. Регіональна відтворювальна система, незалежно від структурних уявлень, функціонує як механізм трансформації ресурсів у матеріальні та нематеріальні блага, придатні для споживання з метою забезпечення життєдіяльності цілісного територіального суб'єкта економіки.

Ресурсний потік ми розуміємо як спрямований рух ресурсів, що породжується і обумовлює стійкий орієнтований розвиток регіональної соціо-еколого-економічної системи.

Передумови для формування та оптимізації ресурсних потоків знаходять відображення на макро, мезо і мікрорівнях. Необхідність забезпечення необхідного обсягу та якості ресурсів є умовою успішності розвитку процесів формування економічної безпеки і стійкого розвитку регіону, що зумовлює необхідність координування руху ресурсних потоків. Характеризуючи дефініцію «ресурсний потік» регулювання ресурсних потоків слід розглядати як процес, що включає формування (визначення величини (обсягу), структури та джерела – потоку), стимулювання переміщення в необхідному напрямку і

перетворення ресурсів (кількісне в якісне) в напрямку забезпечення економічної безпеки і стійкого розвитку регіону.

Регулювання ресурсних потоків також передбачає необхідність проведення моніторингу, що дозволяє отримувати інформацію щодо їхньої спрямованості, складу та структури з метою своєчасного корегування (рис. 1). Ці вимоги відображаються в таких найважливіших принципах, у відповідності із якими необхідно здійснювати координування ресурсних потоків:

- системність – забезпечення розвитку регіону як єдиної соціо-еколого-економічної системи;
- комплексність – координація дій безпосередніх і опосередкованих учасників відтворювального процесу, встановлення інтеграційних зв'язків;
- науковість – застосування сучасних математичних методів на всіх стадіях управління ресурсним потоком;
- конструктивність – відстеження змін у розвитку кожного учасника процесу формування економічної безпеки та стійкого розвитку регіону;
- варіантність – можливість гнучкого коригування моделі розвитку залежно від зміни зовнішніх і внутрішніх факторів.

В основу моделювання ресурсних потоків регіону може бути покладена концепція «балансу балансів», що передбачає збалансування процесів формування і використання природних, демографічних, людських, господарсько-економічних ресурсів території, які об'єднуються в єдине ціле через загальні змінні відповідно до логіки причинно-наслідкових зв'язків.

Стратегії поведінки суб'єктів території (господарюючих суб'єктів, населення, регіональних органів державного управління) описуються як процеси цільового розподілу відповідних ресурсів (природних, демографічних, людських, господарсько-економічних ресурсів). Поведінка кожного з суб'єктів описується частковою динамічною моделлю, яка об'єднує дві взаємопов'язані стратегії. Перша передбачає формування та реалізацію процедури цільового розподілу наявних ресурсів між споживачами в темпі формування ресурсів. Друга управляє деяким набором параметрів для збільшення потоку цих ресурсів.

Стан ресурсу описується наступною динамічною моделлю:

$$dA(t)/dt = D(t) - R(t), \quad (1)$$

де $D(t) = D_1(t) + \dots + D_m(t)$ – поточне формування ресурсу,

$R(t) = R_1(t) + \dots + R_n(t)$ – поточне використання ресурсу;

$$R_j(t) = a_i(t)A(t), \quad (2)$$

де a_i ($i = 1, 2, \dots, n$) – коефіцієнти, що характеризують пропорції розподілу ресурсу.

При цьому оптимізаційна задача формування ресурсних потоків (де $\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_m$ – параметри

управління джерелами ресурсу $D_1, D_2, \dots, D_m$) для кожного моменту часу t має вигляд:

$$D(\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_m), \quad (3)$$

$$extr(a_1, a_2, \dots, a_n)(\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_m) = Q(A, R(a_1, a_2, \dots, a_n),$$

де Q – цільова функція, що визначає загальний напрям формування ресурсних потоків.

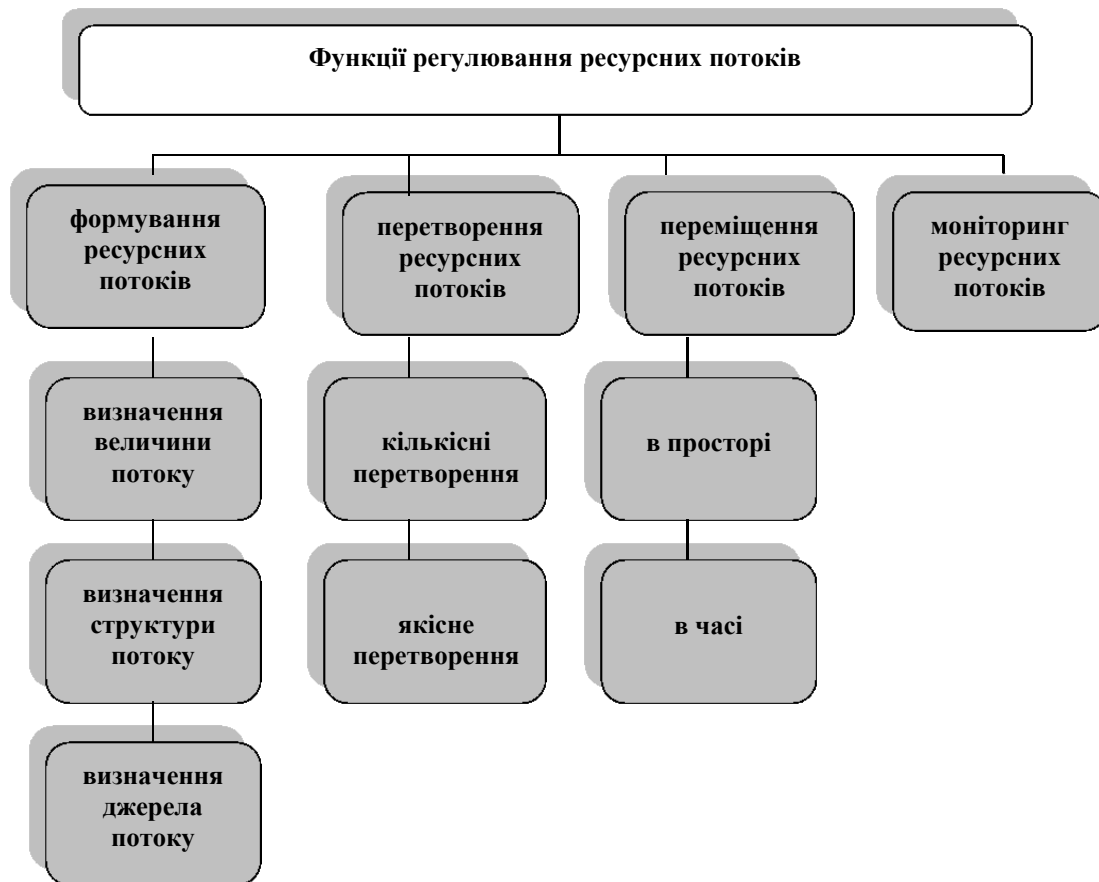


Рис. 1. Спрямованість управлінських впливів на ресурсні потоки в регіональній системі

При побудові моделі параметри $D_1, D_2, \dots, D_m$ декомпонуються на елементарні складові до рівня параметрів, які задаються сценарно або є вихідними параметрами інших часткових моделей.

У обчислювальному сенсі модель регіону представляє собою сукупність часткових динамічних моделей, побудованих на балансовій основі та об'єднаних через загальні змінні в єдину мережу. У результаті ми маємо територіальний «баланс балансів».

Для оптимізації потоків ресурсів у регіоні запропоновано використання задач транспортно-го типу, а для прогнозування значень показників ресурсозабезпеченості регіону – моделей часових рядів і регресійних моделей з одним рівнянням. Розроблена модель базується на побудові цільової функції та визначенні оптимального розміру ресурсного забезпечення з точки зору цілей регіону. В якості основної мети управління ресурсним забезпеченням регіону розглядається максимальне задоволення постійно зростаючих потреб регіону.

Цільова функція з урахуванням фактору часу має наступний вигляд:

$$u = \int_0^t Q(t)u(x(t))dt, \quad (4)$$

де $x(t)$ – варіант структури споживання в момент часу t ;

$Q(t)$ – зважена функція, що визначає корисність благ у часі, яка приписує значенням функції u – різну вагу в різні моменти часу.

Сформовано оптимізаційну задачу з більш конкретним формулюванням цільових функцій, в тому числі на основі її аналітичного виразу. При цьому враховувався ієрархічний взаємозв'язок цільових функцій, пов'язаних з ефективністю ресурсного забезпечення регіону.

Описана вище модель може бути використана для досягнення наступних цілей:

1. Кількісного розрахунку основних показників ресурсних потоків регіону.
2. Диференціації та класифікації регіонів за програмами та сценаріями економічної безпеки і стійкого розвитку.
3. Для порівняння показників ресурсної забезпеченості різних регіонів у процесі вибору програми економічної безпеки та стійкого розвитку регіону.
4. Вибору найбільш ефективного способу

використання ресурсного потенціалу регіону в процесі формування та забезпечення економічної безпеки регіону.

5. Планування і прогнозування тенденцій соціально-економічного розвитку в регіоні.

Отже, формування моделі ресурсних потоків є складним завданням, що вимагає застосування ряду математичних та економічних методик. На сьогодні організація ресурсних потоків у регіоні стає першочерговим завданням регіонального управління.

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Запропонована модель дає змогу здійснити кількісний розрахунок основних показників ресурсних потоків регіону, здійснити диференціацію та класифікації регіонів за стратегіями та сценаріями забезпечення економічної безпеки та стійкого розвитку; порівняння показників ресурсної забезпеченості різних регіонів у процесі вибору стратегії формування і ресурсного забезпечення економічної безпеки регіону; вибір найбільш ефективного способу використання ресурсного потенціалу регіону; планування та прогнозування його рівня економічної безпеки та ресурсного забезпечення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вихлюк, Я. І. Моделювання флуктуацій росту та сегментації соціально-економічних об'єктів у процесі фрактального росту в нечіткому потенціальному полі / Я. І. Вихлюк // Інформаційні технології та комп'ютерна інженерія. – 2009. – № 1. – С. 23-32.
2. Гонціяз, Я. Інституційні механізми регіонального розвитку в Україні: шлях до майбутнього / Я. Гонціяз, Н. Гнидюк // Зб. наук. пр. УАДУ. – Вип. 2. – Ч. 1. – 2000. – С. 66-67.
3. Керецман, В. Ю. Державне регулювання регіонального розвитку: теоретичні аспекти : монографія / В. Ю. Керецман. – К.: Вид-во УАДУ, 2002. – 188 с.
4. Кулинич, Р. О. Комплексна оцінка результатів соціально-економічного розвитку регіонів України (на основі розрахунку відхилень від середніх величин) / Р. О. Кулинич // Університетські наукові записки Хмельницького університету управління та права, 2007. – № 1 (21). – С. 348-351.
5. Максимова, Т. С. Регіональний розвиток (аналіз і прогнозування) : монографія / Т. С. Максимова. – Луганськ : Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2003. – 304 с.
6. Стеценко, Т. О. Управління регіональною економікою / Т. О. Стеценко, О. П. Тищенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uchebnik-besplatno.com/uchebnik-natsionalnaya-ekonomika/upravlinnya-regionalnoyuekonomikoyu.html>.
7. Сявавко, М. С. Нечітко-інтервальні методи оцінки ризику та ентропії поведінки соціально-економічної системи / М. С. Сявавко, О. М. Третяк // Економічна кібернетика. – 2006. – № 3-4(39-40). – С. 53-61.

REFERENCES

1. Vykljuk, Ja. I. (2009). Modeljuvannja fluktuacij rostu ta seg'mentacii' social'no-ekonomichnyh ob'ektiv u procesi fraktal'nogo rostu v nechitkomu potencial'nomu poli. Informacijni tehnologii' ta komp'juterna inzhenerija – Information Technology And Computer Engineering, 1, 23-32 [in Ukrainian].
2. Goncijazh, Ja., Gnydjuk, N. (2000). Instytucijni mehanizmy regional'nogo rozvytku v Ukrai'ni: shljah do majbutn'ogo [Institutional mechanisms of regional development in Ukraine: the way to the future]. Zb. nauk. pr. UADU – Collection of scientific works of the National Academy of Public Administration under the President of Ukraine, 2 (1), 66-67 [in Ukrainian].
3. Kerecman, V. Ju. (2002). Derzhavne reguljuvannja regional'nogo rozvytku: teoretychni aspekty [State regulation of regional development: theoretical aspects]. Kyi'v: Vyd-vo UADU [in Ukrainian].
4. Kulynych, R. O. (2007). Kompleksna ocinka rezul'tativ social'no-ekonomichnogo rozvytku regioniv Ukrai'ny (na osnovi rozrahunku vidhylen' vid serednih velychyn) [Comprehensive assessment of the results of socio-economic development of regions of Ukraine]. Universytets'ki naukovy zapysky Hmel'nyc. un-tu upravlinnja ta prava – University scientific notes Khmelnytsky University Of Management And Law, 1 (21), 348-351 [in Ukrainian].
5. Maksymova, T. S. (2003). Regional'nyj rozvytok (analiz i prognozuvannja) [Regional development (analysis and forecasting)]. Lugans'k: Vyd-vo SNU im. V. Dalja [in Ukrainian].
6. Stecenko, T. O., Tyshhenko, O. P. (2010). Upravlinnja regional'noju ekonomikoju [Regional economy management]. Retrieved from: <http://uchebnik-besplatno.com/uchebnik-natsionalnaya-ekonomika/upravlinnya-regionalnoyuekonomikoyu.html> [in Ukrainian].
7. Sjavavko, M. S., Tretjak, O. M. (2006). Nechitko-interval'ni metody ocinky ryzyku ta entropii' povedinky social'no-ekonomichnoi' systemy. Ekonomichna kibernetika – Economic cybernetics, 3-4(39-40), 53-61 [in Ukrainian].

Проскура Владимир Федорович, Максютова Елена Владимировна. МОДЕЛИРОВАНИЕ РЕСУРСНЫХ ПОТОКОВ РЕГИОНА

Актуальность темы проведенного исследования является очевидной, поскольку любые структурные изменения, которые происходят на уровне региона, имеют влияние на характер движения ресурсных потоков, на уровень социально-экономического развития региона, а соответственно и на уровень его экономической безопасности. Отсутствие согласованности между стратегическими интересами региона и частичными

интересами владельцев хозяйствующих субъектов может привести к игнорированию последними интересов региона и снижение уровня его экономической безопасности. Особенную опасность на данное время составляет неконтролируемое движение ресурсных потоков, в частности миграция кадров и финансового капитала, который может привести к разбалансированности системы воспроизводства региональной экономики. В связи с этим решению проблемы моделирования ресурсных потоков региона надо уделять значительно больше внимания. Основной целью статьи является разработка научных подходов к моделированию ресурсных потоков региона. В статье элементы региональной системы рассматриваются как открытые подсистемы, функционирование которых имеет определенное влияние на региональное развитие и характеризуется большим количеством связей, в основе которых лежит движение ресурсных потоков. Отмечено, что ресурсный поток рассматривается как позитивное движение ресурсов, которое имеет влияние на развитие региональной социо-эколого-экономической системы. Предложено рассматривать регулирование ресурсных потоков региона как процесс, который включает формирование, стимулирование перемещения в необходимом направлении и превращения ресурсов в направлении обеспечения экономического и стойкого развития региона. Определено, что регулирование ресурсных потоков предусматривает проведение мониторинга и очерчены принципы, в соответствии с которыми должно осуществляться координирование ресурсных потоков, а именно: системность, комплексность, научность, конструктивность, вариантность. Как вариант решения проблемы в основу моделирования ресурсных потоков региона может быть положенная концепция «баланса балансов», которая предусматривает сбалансирование процессов формирования и использования природных, демографических, людских, хозяйственно-экономических ресурсов территории, которые объединяются в одно целое. Авторы предлагают динамичную модель, которой описывается состояние ресурса, и оптимизационную задачу формирования ресурсных потоков. Для оптимизации потоков ресурсов в регионе предложено использование задач транспортного типа, а для прогнозирования значений показателей ресурсообеспеченности региона – моделей часовых рядов и регрессионных моделей с одним уравнением. Разработанная модель базируется на построении целевой функции и определении оптимального размера ресурсного обеспечения с точки зрения целей региона. В качестве основной цели управления ресурсным обеспечением региона рассматривается максимальное удовлетворение постоянно растущих потребностей региона.

Ключевые слова: ресурсы, ресурсные потоки, экономическая безопасность региона, оптимизационная задача.

Proskura Volodymyr F., Maksutova Olena V. MODELING OF RESOURCE FLOWS IN THE REGION

The urgency of the topic of the study is obvious, since any structural changes taking place at the regional level have an impact on the nature of the flow of resources, on the level of social and economic development of the region, and, accordingly, on the level of its economic security. The lack of consistency between the strategic interests of the region and the partial interests of the owners of economic entities may ignore the latter's interests and weaken its economic security. Currently, the uncontrolled movement of resource flows, in particular migration of personnel and financial capital, which can lead to a disbalance of the reproductive system of a regional economy, presents a particular danger. In connection with this solution to the problem of modeling the resource streams of the region should be paid much more attention. The main purpose of the article is to develop scientific approaches to modeling resource flows of the region. In the article, the elements of the regional system have been considered as open subsystems, the functioning of which has a certain impact on regional development and is characterized by a large number of links based on the flow of resource flows. It has been noted that the resource flow is considered as a favorable flow of resources that has an impact on the development of the regional social and ecological and economic system. It has been proposed to consider regulation of resource flows of the region as a process that includes the formation, stimulation of movement in the necessary direction and the transformation of resources in the direction of ensuring economic and sustainable development of the region. It has been determined that the regulation of resource flows involves monitoring and outlines the principles in accordance with which resource flows should be coordinated, namely: systemic, complex, scientific, constructive, variability. As an alternative to solving the problem, the concept of «balance of balances» can be based on the modeling of the regional flows of resources, which involves balancing the processes of formation and use of the natural, demographic, human, economic and economic resources of the territory, which are united into one. The authors propose a dynamic model describing the state of the resource and the optimization problem of the formation of resource flows. In order to optimize the flow of resources in the region, it has been proposed to use the tasks of the transport type, and to predict the values of the indicators of resource availability of the region - models of time series and regression models with one equation. The developed model is based on the construction of the target function and the definition of the optimal size of resource support in terms of the objectives of the region. As the main goal of resource management in the region, maximum satisfaction of the constantly growing needs of the region has been considered.

Keywords: resources, resource flows, economic security of the region, optimization problem.

Одержано 15.10.2018 р.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ НА МАРКЕТИНГОВИХ ЗАСАДАХ

Актуальність теми обумовлена тим, що сільське господарство є «рушійною силою» всієї економіки та забезпечує продовольчу безпеку країни. На жаль, сільське господарство характеризується наявністю слабких місць, які не забезпечують його стійкий розвиток. Серед основних проблем, з якими стикаються сільськогосподарські виробники є: повна залежність від природно-кліматичних умов, нестабільна державна політика в цьому напрямі, застаріла матеріально-технічна база, неефективні продажі господарств. Орієнтація України до Європейського простору поставила перед вітчизняними аграріями ряд вимог, які здатні виконувати не всі виробники. Світова практика свідчить, що процес адаптації в цих умовах забезпечує використання маркетингових інструментів у діяльності сільськогосподарських підприємств. Метою статті є аналіз сучасного стану сільського господарства Закарпатської області та дослідження рівня використання маркетингових інструментів у їх діяльності. Для дослідження використовувались статистичні дані розвитку Закарпатської області за 2010-2017 роки. Зокрема було проаналізовано динаміку кількості сільськогосподарських виробників, динаміку виробництва сільськогосподарської продукції, виробництво основних видів сільськогосподарської продукції на одну особу, обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємств – сільського, лісового та рибного господарства Закарпатської області. В науковій праці обґрунтовано необхідність впровадження маркетингової діяльності в загальну систему управління підприємством. Наукова новизна праці полягає у дослідженні рівня використання маркетингової орієнтації сільськогосподарських підприємств Закарпатської області. Практична значущість полягає у тому, що певні результати можуть бути використані у практичній діяльності та прийнятті управлінських рішень сільгоспвиробників. Подальші дослідження будуть полягати у дослідженні практичного використання маркетингових інструментів у діяльності сільськогосподарських виробників Закарпатської області.

Ключові слова: сільське господарство, маркетинг, виробники сільськогосподарської продукції, маркетингові заходи.

ВСТУП

Орієнтир України у Європростір ставить актуальним питання щодо пошуку певного механізму, який буде пристосовувати вітчизняну аграрну політику до принципів та вимог загальноєвропейської політики у галузі аграрного виробництва. Одним із завдань підписання Угоди про Асоціацію України з Європейським Союзом мало на меті підвищити конкурентоспроможність вітчизняних сільськогосподарських підприємств. Для забезпечення цього процесу передусім сільськогосподарським підприємствам, фермерським та особистим господарствам необхідно модернізувати власні виробничі потужності залучаючи для цього власні вільні кошти чи шукати інвесторів. В принципово нових умовах господарювання важливим є питання адаптації сільгоспвиробників до новітніх методів, принципів та засад ведення свого бізнесу. Світовий досвід свідчить, що одним з найдієвіших важелів забезпечення конкурентоспроможності підприємств на ринку є маркетинг.

Постановка проблеми. Для ведення успішного бізнесу сільськогосподарські виробники повинні володіти інформацією на ринку, вчасно реагувати на поведінку конкурентів, забезпечувати задоволеність споживання сільськогосподарської продукції споживачами. Здійснення діяльності на маркетингових засадах постає як першочергове завдання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питанням впровадження маркетингової діяльності сільськогосподарськими виробниками присвячено чимало праць зарубіжних та вітчизняних науковців, зокрема: Г. Армстронга [4], Ж.-Ж. Ламбена, Ф. Котлера, О. Азаряна, В. Андрійчука [3], О. Бородіної [2], О. Бочко, П. Гайдуцького [6], Н. Куденко, В. Липчука, М. Окландера, Т. Примак, П. Саблука [1] та інших.

Мета статті (постановка завдання). Метою статті є визначення сучасного стану сільського господарства Закарпаття, а також дослідження впровадження сучасного маркетингового інструментарію в діяльність сільськогосподарських підприємств регіону.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Сучасний стан сільського господарства України та всіх областей зокрема знаходиться на етапі трансформаційних зрушень, які негативно проявляються у зменшенні обсягів виробництва сільськогосподарської продукції, міграції працездатного населення за кордон, зменшення рівня інвестування, а відтак і впровадження нових інновацій у цю галузь. І. Ф. Баланюк зазначає, що одним із чинників ефективного функціонування агроформувань в умовах перехідного періоду може бути використання маркетингової стратегії.

Для успішного функціонування підприємствам потрібно випускати продукцію, яка, з одного боку,

повинна задовольняти споживачів (тобто формувати попит на неї), а з іншого – має бути прибутковою для виробника. Такі результати можуть досягатися випуском якісної продукції відповідно до побажань покупців з одночасним скороченням витрат на виробництво [5, с. 27].

Вітчизняний науковець В. Гончаров вважає, що важливою причиною необхідності продовольчого маркетингу є негативна ситуація розвитку багаторівневого посередництва в аграрному бізнесі [7, с. 45]. Разом з цим, головною особливістю виробництва сільськогосподарської продукції Закарпатської області є домінування великої кількості

малих сільськогосподарських утворень. Але не зважаючи на постійне зростання обсягів виробництва, їх оснащення, підходи до господарювання та інше не відповідають новітнім вимогам до ведення бізнесу в цьому напрямку.

Основною організаційно-правовою формою господарювання в сільськогосподарській сфері Закарпатської області виступають особисті господарства населення, які здійснюють свою діяльність поруч з сільськогосподарськими підприємствами та фермерськими господарствами (табл. 1):

Таблиця 1

Динаміка кількості виробників сільськогосподарської продукції Закарпатської області за 2010-2017 рр. [8]

	2010	2011	2013	2014	2015	2016	2017	Темпи росту/ спаду, 2017/2010, %
Сільськогосподарські підприємства, од	1759	1752	1639	1627	1544	1537	1530	86,98
У т.ч. фермерські господарства, од	1609	1597	1497	1489	1452	1444	1435	89,19
Господарства населення, тис.	244,4	249,0	251,6	252,4	249,5	254,9	255,8	104,66
Власники землі в колективних та індивідуальних садах і городах, тис. осіб	53,7	53,7	53,5	53,5	53,5	53,5	53,5	99,63

На території Закарпатської області станом на 01.01.2017 року діяло 1530 сільськогосподарських підприємств. З них 1435 – фермерські господарства, а це близько 94%, 254,9 тис. – господарства населення та 53,5 тис. власників землі в колективних та індивідуальних садах і городах. За досліджуваний період, а саме 2010-2017 роки загальна кількість сільськогосподарських підприємств мала спадну тенденцію. Так, у 2010 році сільськогосподарських підприємств налічувалось 1759 од, а у 2016 році 1537 од, що становить лише 87,3%. Та сама ситуація прослідковується і у фермерських господарствах: у 2010 році їх налічувалось 1609 од, проте у 2016 році – 1444 од, що становить лише 89,7% у співставленні до 2010 року. Позитивним є незначне, але щорічне

збільшення кількості господарств населення. Так, у 2010 році їх налічувалось 244,4 тис, а у 2016 році – 254,9 тис, тобто приріст становить близько 4,3%. Достатньо стабільною кількістю характеризуються власники землі в колективних та індивідуальних садах і городах. У 2010 році їх кількість становила 53,7 тис. осіб, а у 2016 – 53,5, що становить 99,6% у співставленні цих років.

При загальному зменшенні кількості сільськогосподарських підприємств, цікавим є той факт, що обсяги валової продукції сільськогосподарства мають неоднозначну тенденцію до спадання. Динаміку виробництва сільськогосподарської продукції Закарпатської області зображено у таблиці 2:

Таблиця 2

Продукція сільського господарства Закарпатської області за 1990 по 2017 рр. [8]

(у постійних цінах 2010 року; млн. грн)

	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2016	2017
Господарства усіх категорій								
Продукція сільського господарства, в тому числі:	4184,4	3340,6	3272,4	3739,3	3838,3	4095,9	3964,9	4021,4
продукція рослинництва	1795,3	1434,7	1438,9	1692,9	1771,2	2099,3	2137,7	2089,0
продукція тваринництва	2389,1	1905,9	1833,5	2046,4	2067,1	1996,6	1827,2	1932,4

Беручи до уваги дані таблиці 2, можна сказати, що загальна тенденція виробництва сільськогосподарської продукції має позитивну динаміку. Так, у 2010 році цей показник становив 3838,3 млн. грн, тоді як у 2016 3929,2, що становить 102,4%.

Щодо галузевої структури виробництва, то продукція рослинництва у 2010 році становила 1771,2 млн грн, у 2016 році 2122,3 млн грн, тобто 119,8%, що

говорить про позитивну динаміку, чого не можна сказати про продукцію тваринництва. Так, у 2010 році цей показник становив 2067,1 млн. грн, а у 2016 році 1806,9 млн грн, що становить 87,4%. Варто відмітити, що близько 90% у виробництві сільськогосподарської продукції відводиться господарствам населення.

Для докладнішого дослідження сучасного стану галузі проведемо дослідження тенденцій виробництва основних видів сільськогосподарської продукції на

одну особу за 1990-2017 рр. (табл. 3).

Таблиця 3

Виробництво основних видів сільськогосподарської продукції на одну особу Закарпатської області за 1990-2017 рр. [8]

	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2016	2017
Зерно, кг	243	153	130	237	205	264	328	310
Картопля, кг	268	253	373	436	402	433	424	422
Культури овочеві, кг	102	94	96	175	197	212	212	216
М'ясо (у забійній вазі), кг	53	38	35	34	40	42	41	44
Молоко, л	297	273	281	312	314	284	255	258
Яйця курячі, од	220	187	179	239	255	270	278	285

Прослідковується збільшення у структурі рослинництва (виробництво зерна, овочевих культур, картоплі). Щодо структури тваринництва, то спад у 2017 році у порівнянні з 1990 роком простежується у виробництві на одну особу мяса та молока, у виробництві яєць – позитивна динаміка.

Поруч з цим, прослідковується позитивна динаміка у обсягах реалізації продукції підприємств – сільського, лісового та рибного господарства

Закарпатської області за 2010-2017 рр. Протягом 2017 року підприємствами сільського, лісового та рибного господарства Закарпатської області було реалізовано продукцію на суму 2235,6 млн грн, що становить близько 4,5% від загального обсягу всієї реалізованої продукції. Так, за 2017 рік, у порівнянні з 2010 роком, обсяг реалізації продукції зріс у більш ніж 5,6 разів, а в порівнянні з 2016 роком майже у 1,3 рази (табл. 4)

Таблиця 4

Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємств – сільського, лісового та рибного господарства Закарпатської області за 2010-2017 рр. [8]

(млн. грн)

	2010	2011	2013	2015	2016	2017
Усього	20237,4	26373,3	30026,3	40299,3	40595,2	49808,6
Сільське, лісове та рибне господарство	393,5	540,3	680,1	1371,7	1724,8	2235,6
Частка підприємств сільського, лісового та рибного господарства у загальнообласному показнику, %	1,9	2,0	2,3	3,4	4,2	4,5

На тлі покращення певних позицій, сучасний стан сільського господарства Закарпаття можна вважати задовільним. Закарпатська область має всі потенційні умови для розвитку сільського господарства.

Зі вступом України до СОТ аграрії Закарпаття повинні перелаштувати свою діяльність відповідно до міжнародних стандартів. Реалізація цих заходів дасть всі передумови для збільшення прибутковості сільгоспвиробників, збільшення обсягів виробництва та реалізації продукції, тим самим забезпечуючи сталий розвиток регіону.

Світовий досвід свідчить, що в практиці немає єдиного загальноприйнятого правила, методу чи підходу у здійсненні маркетингової діяльності сільськогосподарських угруповань. Ведення бізнесу на маркетингових засадах повинно враховувати різні аспекти кожного підприємства, зокрема: сферу діяльності, особливості сільськогосподарської продукції, рівень конкуренції в галузі, смаки та уподобання споживачів та інше.

Задовольняти потреби та смаки споживачів та отримувати прибуток при цьому – це коротке, практичне визначення маркетингу. Керівники сільськогосподарської сфери, які наслідують ці тенденції, в тому числі і маркетингові, добре знають про це.

Маркетинг в сільськогосподарській галузі дещо ускладнений, хоча він заснований на тих же

принципах, що і в інших секторах. Він також повинен враховувати дуже важливі чинники, такі як сезонність, погодні умови, специфічність вирощування окремих видів рослин, короткий термін зберігання продуктів тощо. Тому основою є добре розроблена стратегія з урахуванням всіх змінних, що впливають на компанію і продукт і цілі, які компанія хоче досягти.

І хоча просування сільськогосподарської промисловості, як і раніше, пов'язано із застарілою, нудною практикою і простим повідомленням, вона швидко змінюється. Компанії в цьому секторі все частіше реалізують рекламні філми, що вихваляють останні виробничі реалізації або добре інтегровану команду.

Перед кожним сільськогосподарським підприємством, фермерським чи особистим господарством стоять важливі питання: що виробляти? В якій кількості виробляти? Де збувати продукцію? Сформувалася ситуація, коли не тільки держава не регулює цей ринок, але і самі виробники сільськогосподарської продукції не знають потреб даного ринку.

Проаналізувавши ситуацію на сільськогосподарському ринку Закарпатської області, можемо зробити висновки, що в регіоні відсутня будь-яка система організації маркетингової діяльності. Керівники підприємств спростовують наявність маркетингового відділу. Маркетингові заходи, на жаль, носять епізодичний характер. Враховуючи їх розміри,

обсяги виробництва і збуту, на нашу думку, і не доцільно створювати подібні відділи, адже витрачені кошти на планування та організацію маркетингової діяльності не покрийються майбутніми вигодами. Слід розглянути можливість професійної підготовки керівників чи їх заступників, щоб мати певні знання та навички приймати відповідні управлінські рішення у цій галузі.

Формування товарної політики сільгоспвиробників на маркетингових засадах дасть можливість виробникам знати потреби ринку, його величину, гнучко зреагувати на зміну попиту на ринку. Через сезонність продукції можливо підприємства зможуть диверсифікувати свою діяльність і розширити номенклатуру чи асортимент продукції. Саме політика диверсифікації зможе компенсувати втрати на одному із ринків, отримавши прибуток на іншому.

Організувавши політику розподілу на маркетингових засадах аграрії зможуть оптимізувати процес доведення продукції до кінцевого споживача. Практика свідчить, що багато сільськогосподарських підприємств шукають покупців після збору урожаю. Це, з одного боку, очевидно, адже на процес впливають такі чинники як сезонність продукції, погодні умови, різні катаклізми. Проте саме враховуючи ці умови, маючи інформацію, що отримана в ході проведених маркетингових досліджень, виробники завжди будуть володіти інформацією щодо місткості ринку, його сегментів, поведінки конкурентів та зможуть оптимізувати рівні каналів розподілу.

Щодо формування маркетингової цінової

політики, то слід зазначити, що цей етап передбачає формування ціни, цінових знижок, гнучких умов оплати, продаж якого задовольнить потреби споживачів при отриманні прибутку підприємством.

Щодо реалізації маркетингової політики комунікацій, то тут виробники зможуть спланувати її, визначити, які форми та засоби будуть використовувати при рекламній кампанії, зможуть порівняти понесені витрати із очікуваним результатом у майбутньому, оцінити ефективність рекламних заходів.

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Організація маркетингової діяльності сільськогосподарськими виробниками носить вибірковий та епізодичний характер. На нашу думку, головними причинами є: нерозуміння важливості запровадження маркетингу у загальну структуру управління, відсутність відповідно навчених кадрів та брак фінансування цієї діяльності. Маркетинг є неодмінним елементом стратегії розвитку сільськогосподарського ринку, оскільки існує чимало перешкод, що знижують конкурентоспроможність цього ринку (вища ціна продажу, фрагментація виробництва та продажу, короткий термін зберігання). До основних питань, які потребують подальшого дослідження є практична імплементація маркетингової діяльності сільськогосподарськими підприємствами Закарпатської області.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аграрний сектор економіки України (стан і перспективи розвитку) / [Присяжнюк М. В., Зубець М. В., Саблук П. Т. та ін.]; за ред. М. В. Присяжнюка, М. В. Зубця, П. Т. Саблука, В. Я. Месель-Веселяка, М. М. Федорова. – К.: ННЦ ІАЕ, 2011. – 1008 с.
2. Аграрний сектор України на шляху до євро інтеграції: монографія / Авт. кол. Бетлій М. та ін.; за ред. О. М. Бородіної. – Ужгород: ІВА, 2006. – 496 с.
3. Андрійчук, В. Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу: підручник / В. Г. Андрійчук. – К.: КНЕУ, 2013. – 779 с.
4. Армстронг, Г., Котлер, Ф. Маркетинг: загальний курс. – М.: Видав. Дім «Вільямс», 2001. – 608 с.
5. Баланюк, І. Ф. Маркетингова стратегія розвитку підприємства / І. Ф. Баланюк // Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. Гжицького. – 2011. – Т. 13, № 1(1). – С. 27-32.
6. Гайдучкий, П. І. Незалежна економіка України / П. І. Гайдучкий. – К.: ТОВ «Інформаційні системи», 2014. – 528 с.
7. Гочаров, В. Д. Комплексное изучение товарных рынков / В. Д. Гончаров // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2002. – №3. – С. 45-47.
8. Сільське господарство Закарпаття за 2010-2017 роки: статистичний збірник Державна служба статистики України. Головне управління статистики у Закарпатській області. – Ужгород: 2018. – 60 с.

REFERENCES

1. Prysazhnjuk, M. V., Zube', M. V., Sabluk, P. T., Mesel'-Veseljak, V. Ja., Fedorov, M. M. (2014). Agrarnyj sektor ekonomiky Ukrai'ny (stan i perspektivy rozvytku) [Agrarian sector of Ukraine's economy (state and prospects of development)]. Kyi'v: NNC IAE [in Ukrainian].
2. Borodina, O. M. [Ed.] (2006). Agrarnyj sektor Ukrai'ny na shljahu do jevro integracii' [Agrarian sector of Ukraine on the path to the euro integration]. Uzhgorod: IVA [in Ukrainian].
3. Andriichuk, V. H. (2013) Ekonomika pidpriemstv ahropromyslovoho kompleksu: pidruchnyk [Economy of enterprises of the agro-industrial complex: a textbook]. Kyi'v: KNEU [in Ukrainian].
4. Armstronh H., Kotler F. (2001) Marketynh: Zahalnyi kurs [Marketing: a general course] – Moskva: Vydav.

«Dim Viliams» [in Russian].

5. Balaniuk, I. F. (2011). Marketynhova stratehiia rozvytku pidpriemstva [Marketing Strategy of the Enterprise Development]. Naukovyi visnyk Lvivskoho natsionalnoho universytetu veterynarnoi medytsyny ta biotekhnolohii im. Gzhytskoho – Scientific Bulletin of Lviv National Stepan Gzhytsky University of Veterinary Medicine and Biotechnology, vol. 13, 1(1), 27-32 [in Ukrainian].

6. Gajduc'kyj, P. I. (2014). NeZalezhna ekonomika Ukraïny. Kyi'v: Informacijni systemy [in Ukrainian].

7. Gocharov, V. D. (2002). Kompleksnoe izuchenie tovarnyh rynkov [Comprehensive study of commodity markets]. Ekonomika selskhozajstvennyh i pererabatyvajushhih predpriyatij, 3, 45-47 [in Russian].

8. Sil's'ke gospodarstvo Zakarpattja za 2010-2017 roky: statystychnyj zbirnyk (2018). Uzhgorod: Derzhavna sluzhba statystyky Ukraïny. Golovne upravlinnja statystyky u Zakarpats'kij oblasti [in Ukrainian].

Росола Ульяна Васильевна. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА ЗАКАРПАТСКОЙ ОБЛАСТИ НА МАРКЕТИНГОВЫХ ПРИНЦИПАХ

Актуальность темы обусловлена тем, что сельское хозяйство является «движущей силой» всей экономики и обеспечивает продовольственную безопасность страны. К сожалению, сельское хозяйство характеризуется наличием слабых мест, которые не обеспечивают его устойчивое развитие. Среди основных проблем, с которыми сталкиваются сельскохозяйственные производители являются: полная зависимость от природно-климатических условий, нестабильная государственная политика в этом направлении, устаревшая материально-техническая база, неэффективные продажи хозяйств. Ориентация Украины к Европейскому пространству поставила перед отечественными аграриями ряд требований, которые способны выполнять не все производители. Мировая практика показывает, что процесс адаптации в этих условиях обеспечивает использование маркетинговых инструментов в деятельность сельскохозяйственных предприятий. Целью статьи является анализ современного состояния сельского хозяйства Закарпатской области и исследование уровня использования маркетинговых инструментов в их деятельности. Для исследования использовались статистические данные Закарпатской области за 2010-2017 годы. В частности была проанализирована динамика количества сельскохозяйственных производителей, динамика производства сельскохозяйственной продукции, производство основных видов сельскохозяйственной продукции на душу населения, объем реализованной продукции (товаров, услуг) предприятий – сельского, лесного и рыбного хозяйства Закарпатской области. В работе обоснована необходимость внедрения маркетинговой деятельности в общую систему управления предприятием. Научная новизна работы заключается в исследовании уровня использования маркетинговой ориентации сельскохозяйственных предприятий Закарпатской области. Практическая значимость состоит в том, что определенные результаты могут быть использованы в практической деятельности и принятии управленческих решений сельхозпроизводителей. Дальнейшие исследования будут заключаться в исследовании практического использования маркетинговых инструментов в деятельности сельскохозяйственных производителей Закарпатской области.

Ключевые слова: сельское хозяйство, маркетинг, производители сельскохозяйственной продукции, маркетинговые мероприятия.

Rosola Ulyana V. MODERN STATUS AND DEVELOPMENT OF AGRICULTURE OF THE TRANS-CARPATHIAN REGION ON MARKETING FACILITIES

The urgency of this topic is due to the fact that agriculture is the "driving force" of the entire economy and provides food security to each country. Unfortunately, agriculture is characterized by the presence of weaknesses that do not ensure its sustainable development. Among the main problems faced by agricultural producers are: full dependence on natural and climatic conditions, unstable state policy in this direction, outdated material and technical base, inefficient sales of farms. The orientation of Ukraine to the European space has set a number of requirements for national farmers, which not all producers are able to fulfill. World practice shows that the process of adaptation in these conditions ensures the use of marketing tools in the activities of agricultural enterprises. The purpose of this article is to analyze the current state of agriculture in the Transcarpathian region and to study the level of use of marketing tools in their activities. The statistical data of the Transcarpathian region for 2010-2017 were used for research. In particular, the dynamics of the number of agricultural producers, the dynamics of agricultural production, the production of the main types of agricultural products per person, the volume of sales of goods (goods, services) of enterprises - agriculture, forestry and fisheries in the Transcarpathian region have been analyzed. The scientific work substantiates the necessity of introducing marketing activities into the general system of enterprise management. The scientific novelty of the work is to study the level of use of marketing orientation of agricultural enterprises in the Transcarpathian region. The practical significance lies in the fact that certain results can be used in the practical work and management decisions of agricultural producers. Further research will consist in the study of the practical use of marketing tools in the activities of agricultural producers in the Transcarpathian region.

Key words: agriculture, marketing, producers of agricultural products, marketing measures.

Одержано 30.10.2018 р.

Черниченко Тетяна Володимирівна,
д.е.н., професор, завідувач кафедри фінансів,
Мукачівський державний університет,

Черниченко Станіслав Федорович,
к.е.н., доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності,
Ужгородський торговельно-економічний інститут КНТЕУ,

Рибчак Олена Сергіївна,
к.е.н., доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Уманський національний університет садівництва

АНАЛІЗ ТЕРИТОРІАЛЬНО-РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГОВЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ УКРАЇНИ

Метою статті є обґрунтування алгоритму аналізу територіально-регіонального розвитку роздрібно-торговельної мережі України; формування системи показників оцінки роздрібно-торговельної мережі регіону та проведення дослідження тенденцій розвитку роздрібно-торгівлі у розрізі областей України. У статті визначено, що аналіз територіально-регіонального розвитку роздрібно-торговельної мережі регіону дозволяє комплексно, на системному рівні провести дослідження стану розвитку об'єктів роздрібно-торгівлі на регіональному рівні, дослідити динаміку основних показників розвитку, оцінити ефективність ведення підприємницької діяльності об'єктів торгівлі, та, на цій основі, розробити перелік заходів активізації розвитку підприємницького середовища в сфері роздрібно-торгівлі. Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості застосування запропонованого переліку показників для проведення аналізу територіально-регіонального розвитку роздрібно-торговельної мережі регіонів України. Наукова новизна полягає в уточненні підходів щодо аналізу територіально-регіонального розвитку роздрібно-торговельної мережі. Проведено статистичний аналіз за двома напрямками: аналіз стану роздрібно-торговельної мережі регіону за такими показниками: забезпеченість населення регіону торговою площею магазинів, кількість підприємств роздрібно-торгівлі, кількість продовольчих магазинів; аналіз результативності підприємницької діяльності об'єктів роздрібно-торгівлі за такими показниками: обсяги обороту роздрібно-торгівлі регіону, темпи зростання обсягу роздрібного товарообороту, роздрібний товарооборот підприємств на одну особу. За результатами проведеного дослідження зроблено висновок, що за інтегральним індексом територіально-регіонального розвитку роздрібно-торговельної мережі у 2017 р. найкраща ситуація щодо стану роздрібно-торговельної мережі та тенденцій результативності її діяльності спостерігається у м. Київ. Також до групи з високим рівнем розвитку роздрібно-торговельної мережі регіону належать Львівська, Київська, Одеська, Дніпропетровська та Харківська області. Подальші дослідження у даному напрямі будуть спрямовані на розширення переліку показників оцінювання розвитку роздрібно-торговельної мережі та удосконалення алгоритму проведення аналізу територіально-регіонального розвитку роздрібно-торговельної мережі регіону.

Ключові слова: роздрібна торгівля, роздрібна торговельна мережа, регіональний розвиток територіально-регіонального розвитку роздрібно-торговельної мережі регіону.

ВСТУП

Постановка проблеми. Сучасні методичні підходи щодо аналізу тенденцій та динаміки регіонального розвитку торговельної діяльності характеризуються різноманітністю та широким переліком аналізованих показників. Практично у кожному дослідженні вітчизняних та закордонних науковців у даному напрямі пропонуються власні підходи щодо інструментарію та порядку проведення аналізу.

Протягом останніх років у переважній більшості спеціалізованих наукових видань піднімається питання необхідності доповнення показників оцінки, уточнення існуючих алгоритмів розрахунку ефективності та результативності діяльності торговельних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Підходи зарубіжних науковців з питань аналізу стану та дієвості роздрібно-торговельної мережі узагальнені в працях Б. Бермана, Дж. Еванса, М. Леві [1-2]. Питаннями розвитку роздрібно-торговельної мережі в

сучасних умовах присвячені праці провідних вітчизняних вчених, зокрема таких як Алопій В. В. [3], Власова Н. О. [4], Голошубова Н. О. [5], Ковальська Л. Л. [6], Міщук І. П. [3] та ін. Проте ряд питань, пов'язаних із вибором системи показників оцінки роздрібно-торгівлі, напрямів забезпечення її розвитку, і досі залишаються невирішеними.

Мета статті (постановка завдання). Метою статті є обґрунтування алгоритму аналізу територіально-регіонального розвитку роздрібно-торговельної мережі України; формування системи показників оцінки роздрібно-торговельної мережі регіону та проведення дослідження тенденцій розвитку роздрібно-торгівлі у розрізі окремих областей України.

РЕЗУЛЬТАТИ

Аналіз територіально-регіонального розвитку роздрібно-торговельної мережі регіону дозволяє комплексно, на системному рівні провести

дослідження стану розвитку об'єктів роздрібної торгівлі на регіональному рівні, дослідити динаміку основних показників розвитку, оцінити ефективність ведення підприємницької діяльності об'єктів торгівлі, та, на цій основі, розробити перелік заходів активізації розвитку підприємницького середовища в сфері роздрібної торгівлі. Також, за результатами аналізу можна визначити «вузькі місця», недоліки щодо розвитку підприємництва в сфері роздрібної торгівлі.

Теоретичні аспекти алгоритму аналізу територіально-регіонального розвитку роздрібної

торгівельної мережі представлено на рис. 1. Основним елементом запропонованого алгоритму безперечно є чітке обґрунтування системи показників кількісної та якісної оцінки територіально-регіонального розвитку роздрібної торговельної мережі. З одного боку вони повинні відображати тенденції змін у структурі роздрібної торговельної мережі, з іншого – відображати результативність (прибутковість, ефективність, рентабельність) діяльності підприємств торгівлі.



Рис. 1. Алгоритм аналізу територіально-регіонального розвитку роздрібної торговельної мережі

Рекомендований перелік показників для розвитку роздрібної торговельної мережі регіону проведення аналізу територіально-регіонального запропоновано у таблиці 1.

Таблиця 1

Система показників оцінки роздрібної торговельної мережі регіону

Група показників	Показники
Аналіз стану роздрібної торговельної мережі регіону	Забезпеченість населення регіону торговою площею магазинів (на 10000 осіб)
	Кількість підприємств роздрібної торгівлі
	Кількість продовольчих магазинів
Аналіз результативності підприємницької діяльності об'єктів роздрібної торгівлі	Обсяги обороту роздрібної торгівлі регіону
	Темпи зростання обсягу роздрібного товарообороту
	Роздрібний товарооборот підприємств на одну особу

Сформовано авторами

Комплексна оцінка територіально-регіонального розвитку роздрібної торговельної мережі дозволяє виявити проблеми та відповідно до них розробити заходи управлінського характеру, спрямовані на оптимізацію підприємницької діяльності в сфері роздрібної торгівлі. Для цього використовуємо наступну формулу для розрахунку часткових та інтегрального індексів розвитку:

$$x_{ij}^1 = \frac{x_{ij}}{x_{\text{еталон}}}$$

де $i=1,2,\dots, m$; $j=1,2,\dots, n$, $x_{\text{еталон}}$ – показник еталонного регіону, тобто, регіону з найкращим значенням показника з досліджуваної сукупності.

Розрахунок інтегрального індексу територіально-регіонального розвитку роздрібної торговельної мережі здійснюється за формулою:

$$I_{\text{інтегр}} = \frac{I_{\text{стану}} + I_{\text{результ підп діял}}}{2}$$

де $I_{\text{інтегр}}$ – інтегральний індекс територіально-регіонального розвитку роздрібної торговельної мережі;

де $I_{\text{стану}}$ – індекс стану роздрібної торговельної мережі регіону;

$I_{\text{результ підп. діял}}$ – індекс результативності підприємницької діяльності об'єктів роздрібної торгівлі.

Отже, на завершальному етапі визначається рівень територіально-регіонального розвитку роздрібної торговельної мережі:

– низький рівень розвитку роздрібної торговельної мережі регіону;

– середній рівень розвитку роздрібно-торговельної мережі регіону;
– високий рівень розвитку роздрібно-торговельної мережі регіону.
Отож, проведемо аналіз територіально-

регіонального розвитку роздрібно-торговельної мережі України у 2017 році.

Основні показники стану роздрібно-торговельної мережі регіонів України представлено у таблиці 2. Розглянемо основні з них.

Таблиця 2

Показники стану роздрібно-торговельної мережі регіонів України, 2017 р.

Регіони	Забезпеченість населення регіону торговою площею магазинів (на 10000 осіб)		Кількість підприємств роздрібно-торгівлі		Кількість продовольчих магазинів		Індекс стану роздрібно-торговельної мережі регіону
	од.	індекс	од.	індекс	од.	індекс	
Україна	1659		39305		17704		
Вінницька	1299	0,29	1650	0,41	916	0,73	1,44
Волинська	1387	0,31	983	0,25	482	0,39	0,94
Дніпропетровська	1969	0,44	3073	0,77	1080	0,86	2,08
Донецька	468	0,11	1328	0,33	527	0,42	0,86
Житомирська	1239	0,28	1284	0,32	702	0,56	1,16
Закарпатська	1360	0,31	927	0,23	503	0,40	0,94
Запорізька	1658	0,37	1628	0,41	705	0,56	1,34
Івано-Франківська	1121	0,25	922	0,23	559	0,45	0,93
Київська	2647	0,59	2539	0,64	1251	1,00	2,23
Кіровоградська	1344	0,30	1118	0,28	525	0,42	1,00
Луганська	268	0,06	442	0,11	119	0,10	0,27
Львівська	1670	0,38	3098	0,78	1898	1,52	2,67
Миколаївська	1574	0,35	1154	0,29	518	0,41	1,06
Одеська	2607	0,59	2286	0,57	814	0,65	1,81
Полтавська	1399	0,31	1575	0,40	622	0,50	1,21
Рівненська	1382	0,31	1192	0,30	646	0,52	1,13
Сумська	1396	0,31	914	0,23	467	0,37	0,92
Тернопільська	926	0,21	801	0,20	498	0,40	0,81
Харківська	2002	0,45	3228	0,81	1017	0,81	2,07
Херсонська	1724	0,39	1031	0,26	468	0,37	1,02
Хмельницька	1500	0,34	1334	0,33	772	0,62	1,29
Черкаська	1127	0,25	1065	0,27	484	0,39	0,91
Чернівецька	1119	0,25	621	0,16	326	0,26	0,67
Чернігівська	1434	0,32	1129	0,28	655	0,52	1,13
м. Київ	4452	1,00	3983	1,00	1150	0,92	2,92

Сформовано та розраховано авторами на основі [7]

Забезпеченість населення регіонів України об'єктами роздрібно-торгівлі є одним з вагомих елементів формування ефективно працюючої роздрібно-торговельної мережі регіону, максимального задоволення споживчих потреб населення і, відповідно, потребує уваги з боку органів місцевого управління.

На сьогоднішній день не існує єдиних, чітко встановлених нормативних параметрів, які б дозволили визначити та оцінити рівень забезпеченості населення об'єктами роздрібно-торгівлі. Існує значна диференціація даного показника, як на рівні України, так і на рівні різних країн. Так, в Угорщині, Чехії, Італії та Словаччині на 1 мільйон мешканців припадає 2300 об'єктів торгівлі, а у Польщі це показник на зазначену кількість мешканців зростає до 5000 од. [8]. Причинами є переважання у Польщі та окремих країнах Центральної та Східної Європи частки сільського населення, що призводить до зростання інфраструктури товарного ринку.

Для України загалом показник забезпеченості

населення об'єктами роздрібно-торгівлі є значно меншим: на 1 мільйон населення припадає 1200 об'єктів роздрібно-торгівлі. Якщо простежити тенденцію за регіонами країни, то перші місця у рейтингу м. Київ та Київська область, на третьому місці – Одеська область. До п'ятірки лідерів попадають у 2017 році також Харківська та Дніпропетровська області. Визначальною рисою даних областей є високий рівень доходів населення, а отже і їх купівельної спроможності.

Проте є регіони, які малозабезпечені об'єктами роздрібно-торгівлі. До таких відносимо Донецьку, Тернопільську, Чернівецьку, Івано-Франківську та Черкаську області. Варто відзначити, що така ситуація негативно впливає на рівень задоволення потреб населення у товарах та торговельних послугах.

Показник еталонного регіону, тобто, регіону з найкращим значенням показника з досліджуваної сукупності дорівнює 1 і за даним показником це м. Київ (див. табл. 2).

Важливим параметром розвитку роздрібно-

торговельної мережі регіону є динаміка кількості підприємств роздрібної торгівлі. Практично за всіма областями України протягом аналізованого періоду спостерігається зменшення кількості роздрібних торговельних магазинів, що виступає свідченням високого рівня конкуренції та зменшення купівельного попиту населення регіонів України. Найбільша динаміка зменшення кількості магазинів спостерігається Івано-Франківській (зменшення на 29% порівняно з 2015 роком) та Тернопільській (зменшення на 26% порівняно з 2015 роком) областях. Найменша динаміка характерна для Київської області та м. Київ.

Загалом по Україні зменшення кількості підприємств роздрібної торгівлі становить 15% у 2017 році порівняно з 2015 роком.

Показник еталонного регіону дорівнює 1 і за даним показником, як і в попередньому випадку, це м. Київ (див. табл. 2).

З загальної кількості магазинів, які функціонують у регіонах України, практично половину

складають продовольчі магазини з універсальним асортиментом товарів. Найбільша частка магазинів даної групи характерна для Чернігівської (56% від загальної сукупності), Вінницької та Тернопільської (52% від загальної сукупності), Київської та Рівненської (51% від загальної сукупності) областей. Найменша частка магазинів з універсальним асортиментом характерна для промислово розвинених та більш урбанізованих регіонів, таких як Харківської області (23% від загальної сукупності), м. Київ (26% від загальної сукупності), Дніпропетровської області (29% від загальної сукупності).

Регіоном з найкращим значенням показника з досліджуваної сукупності є Київська область (див. табл. 2).

Підсумовуючи результати аналізу стану роздрібної торговельної мережі регіонів України у 2017 р. можна зробити висновок, що за комплексом аналізованих показників найвищу рейтингову позицію (значення індексу більше 2) займає м. Київ, Львівська, Київська та Дніпропетровська області (табл. 3).

Таблиця 3

Рейтинг областей за індексом стану роздрібної торговельної мережі регіону, 2017 р.

Регіон	Індекс стану роздрібної торговельної мережі регіону	Рейтинг	Регіон	Індекс стану роздрібної торговельної мережі регіону	Рейтинг
м. Київ	2,92	1	Миколаївська	1,06	14
Львівська	2,67	2	Херсонська	1,02	15
Київська	2,23	3	Кіровоградська	1	16
Дніпропетровська	2,08	4	Волинська	0,94	17
Харківська	2,07	5	Закарпатська	0,94	18
Одеська	1,81	6	Івано-Франківська	0,93	19
Вінницька	1,44	7	Сумська	0,92	20
Запорізька	1,34	8	Черкаська	0,91	21
Хмельницька	1,29	9	Донецька	0,86	22
Полтавська	1,21	10	Тернопільська	0,81	23
Житомирська	1,16	11	Чернівецька	0,67	24
Рівненська	1,13	12	Луганська	0,27	25
Чернігівська	1,13	13			

Сформовано авторами

Найменша рейтингова позиція (значення індексу менше 1) відповідає параметрам Волинської, Закарпатської, Івано-Франківської, Сумської, Черкаської, Донецької, Тернопільської, Чернівецької та Луганської областей.

Наступним напрямом аналізу територіально-регіонального розвитку роздрібної торговельної мережі є аналіз результативності підприємницької діяльності об'єктів роздрібної торгівлі. Основні показники, які використовувалися в межах даного напрямку, представлено у таблиці 4.

Показник еталонного регіону, тобто, регіону з найкращим значенням показника з досліджуваної сукупності дорівнює 1 і за даним показником це м. Київ (табл. 4).

В Україні оборот роздрібної торгівлі за 2017 р. становив 816554 млн грн, що на 8,8% більше значення показника 2016 р. Найбільші обсяги роздрібного товарообороту у звітному році спостерігаються у м.

Київ (158236,3 млн. грн.), Дніпропетровській (72401,9 млн. грн.), Харківській (64891,9 млн. грн.), Одеській (62961,7 млн. грн.), Київській (55090,4 млн. грн.) та Львівській (51898,9 млн. грн.) областях.

Найменшими показниками обсягу роздрібної торговельної мережі у звітному році характеризуються Волинська (15336,3 млн. грн.), Рівненська (14933,5 млн. грн.), Чернівецька (13592,7 млн. грн.), Тернопільська (11679,7 млн. грн.) та Луганська (5782,8 млн. грн.) області.

За темпами зростання обсягу роздрібного товарообороту першу рейтингову позицію займає Закарпатська область (17,2 приросту порівняно з 2016 роком), і саме показник даної області визначено як еталонне значення.

За обсягом роздрібного товарообороту підприємств на одну особу у якості еталонного значення визначено показник по м. Київ.

Таблиця 4

Показники результативності підприємницької діяльності об'єктів роздрібної торгівлі регіонів України, 2017 р.

Регіони	Обсяги обороту роздрібної торгівлі регіону		Темпи зростання обсягу роздрібного товарообороту		Роздрібний товарооборот підприємств на одну особу		Індекс результативності підприємницької діяльності об'єктів роздрібної торгівлі
	млн. грн	індекс	%	індекс	тис. грн /ос.	індекс	
Україна	816554,0		8,8		19,2		
Вінницька	21097,3	0,13	11	0,64	13,4	0,25	1,02
Волинська	15336,3	0,10	-5,8	-0,34	14,8	0,27	0,03
Дніпропетровська	72401,9	0,46	8,3	0,48	22,4	0,42	1,36
Донецька	22482,5	0,14	2,9	0,17	5,4	0,10	0,41
Житомирська	20008,5	0,13	5,6	0,33	16,3	0,30	0,76
Закарпатська	18316,4	0,12	17,2	1,00	14,6	0,27	1,39
Запорізька	36293,3	0,23	5,9	0,34	21,1	0,39	0,96
Івано-Франківська	19347,4	0,12	7,3	0,42	14,0	0,26	0,80
Київська	55090,4	0,35	11,7	0,68	31,4	0,58	1,61
Кіровоградська	15417,2	0,10	3,9	0,23	16,1	0,30	0,63
Луганська	5782,8	0,04	-1,9	-0,11	2,7	0,05	-0,02
Львівська	51898,9	0,33	13,5	0,78	20,5	0,38	1,49
Миколаївська	19522,7	0,12	9,7	0,56	17,1	0,32	1,00
Одеська	62961,7	0,40	14,1	0,82	26,4	0,49	1,71
Полтавська	25784,1	0,16	10,5	0,61	18,2	0,34	1,11
Рівненська	14933,5	0,09	2,7	0,16	12,9	0,24	0,49
Сумська	16374,2	0,10	8,3	0,48	15,0	0,28	0,86
Тернопільська	11679,7	0,07	-0,5	-0,03	11,1	0,21	0,25
Харківська	64891,9	0,41	6,8	0,40	24,1	0,45	1,26
Херсонська	19326,5	0,12	10,1	0,59	18,5	0,34	1,05
Хмельницька	20369	0,13	6	0,35	16,0	0,30	0,78
Черкаська	19630,9	0,12	12,3	0,72	16,1	0,30	1,14
Чернівецька	13592,7	0,09	4,9	0,28	15,0	0,28	0,65
Чернігівська	15777,4	0,10	4,4	0,26	15,5	0,29	0,65
м. Київ	158236,3	1,00	8,9	0,52	53,9	1,00	2,52

Сформовано та розраховано авторами на основі [7]

Підсумовуючи результати аналізу результативності підприємницької діяльності об'єктів роздрібної торгівлі регіонів України у 2017 р., можна

зробити висновок, що за комплексом аналізованих показників найвищу рейтингову позицію (значення індексу більше 2) займає м. Київ (табл. 5).

Таблиця 5

Рейтинг областей за результативністю підприємницької діяльності об'єктів роздрібної торгівлі, 2017 р.

Регіон	Індекс результативності підприємницької діяльності об'єктів роздрібної торгівлі	Рейтинг	Регіон	Індекс результативності підприємницької діяльності об'єктів роздрібної торгівлі	Рейтинг
м. Київ	2,52	1	Сумська	0,86	14
Одеська	1,71	2	Івано-Франківська	0,8	15
Київська	1,61	3	Хмельницька	0,78	16
Львівська	1,49	4	Житомирська	0,76	17
Закарпатська	1,39	5	Чернівецька	0,65	18
Дніпропетровська	1,36	6	Чернігівська	0,65	19
Харківська	1,26	7	Кіровоградська	0,63	20
Черкаська	1,14	8	Рівненська	0,49	21
Полтавська	1,11	9	Донецька	0,41	22
Херсонська	1,05	10	Тернопільська	0,25	23
Вінницька	1,02	11	Волинська	0,03	24
Миколаївська	1	12	Луганська	-0,02	25
Запорізька	0,96	13			

Сформовано авторами

Найменша рейтингова позиція (значення індексу менше 1) відповідає параметрам Запорізької, Сумської, Івано-Франківської, Хмельницької, Житомирської, Чернівецької, Чернігівської, Кіровоградської, Рівненської, Донецької, Тернопільської, Волинської та Луганської областей.

Результати розрахунку інтегрального індексу територіально-регіонального розвитку роздрібною торговельною мережі наведено у таблиці 6.

На завершальному етапі визначається рівень

територіально-регіонального розвитку роздрібною торговельною мережі: низький рівень розвитку роздрібною торговельною мережі регіону (значення інтегрального індексу від 0 до 2); середній рівень розвитку роздрібною торговельною мережі регіону (значення інтегрального індексу від 2 до 3); високий рівень розвитку роздрібною торговельною мережі регіону (значення інтегрального індексу від 3 до 6) (табл. 7).

Таблиця 6

Розрахунок інтегрального індексу територіально-регіонального розвитку роздрібною торговельною мережі регіонів України

Регіони	Індекс стану роздрібною торговельною мережі регіону	Індекс результативності підприємницької діяльності об'єктів роздрібною торгівлі	Інтегральний індекс територіально-регіонального розвитку роздрібною торговельною мережі
Вінницька	1,44	1,02	2,46
Волинська	0,94	0,03	0,97
Дніпропетровська	2,08	1,36	3,44
Донецька	0,86	0,41	1,27
Житомирська	1,16	0,76	1,92
Закарпатська	0,94	1,39	2,33
Запорізька	1,34	0,96	2,3
Івано-Франківська	0,93	0,80	1,73
Київська	2,23	1,61	3,84
Кіровоградська	1,00	0,63	1,63
Луганська	0,27	-0,02	0,25
Львівська	2,67	1,49	4,16
Миколаївська	1,06	1,00	2,06
Одеська	1,81	1,71	3,52
Полтавська	1,21	1,11	2,32
Рівненська	1,13	0,49	1,62
Сумська	0,92	0,86	1,78
Тернопільська	0,81	0,25	1,06
Харківська	2,07	1,26	3,33
Херсонська	1,02	1,05	2,07
Хмельницька	1,29	0,78	2,07
Черкаська	0,91	1,14	2,05
Чернівецька	0,67	0,65	1,32
Чернігівська	1,13	0,65	1,78
м. Київ	2,92	2,52	5,44

Сформовано авторами

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

За результатами проведеного дослідження можна зробити висновок, що за інтегральним індексом територіально-регіонального розвитку роздрібною торговельною мережі у 2017 р. найкраща ситуація щодо стану роздрібною торговельною мережі та тенденцій результативності її діяльності спостерігається у м. Київ. Також до групи з високим рівнем розвитку роздрібною торговельною мережі регіону належать Львівська, Київська, Одеська, Дніпропетровська та Харківська області.

Найгіршою, згідно сформованого рейтингу, є ситуація у Луганській, Волинській та Тернопільській областях. Щодо Луганської області, то найбільш об'єктивним поясненням ситуації є військові дії на її

території. Волинська область займає останні позиції щодо результативності підприємницької діяльності об'єктів роздрібною торгівлі. Саме на забезпечення зростання обсягів роздрібного товарообороту повинні бути спрямовані стимулюючі заходи органів державного управління.

Подальші дослідження у даному напрямі будуть спрямовані на розширення переліку показників оцінювання розвитку роздрібною торговельною мережі та удосконалення алгоритму проведення аналізу територіально-регіонального розвитку роздрібною торговельною мережі регіону.

Таблиця 7

Рейтинг областей за інтегральним індексом територіально-регіонального розвитку роздрібної торговельної мережі, 2017 р.

Регіон	Інтегральний індекс територіально-регіонального розвитку роздрібної торговельної мережі	Рейтинг	Регіон	Інтегральний індекс територіально-регіонального розвитку роздрібної торговельної мережі	Рейтинг
м. Київ	5,44	1	Черкаська	2,05	14
Львівська	4,16	2	Житомирська	1,92	15
Київська	3,84	3	Сумська	1,78	16
Одеська	3,52	4	Чернігівська	1,78	17
Дніпропетровська	3,44	5	Івано-Франківська	1,73	18
Харківська	3,33	6	Кіровоградська	1,63	19
Вінницька	2,46	7	Рівненська	1,62	20
Закарпатська	2,33	8	Чернівецька	1,32	21
Полтавська	2,32	9	Донецька	1,27	22
Запорізька	2,3	10	Тернопільська	1,06	23
Херсонська	2,07	11	Волинська	0,97	24
Хмельницька	2,07	12	Луганська	0,25	25
Миколаївська	2,06	13			

Сформовано авторами

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- Берман, Б. Розничная торговля: стратегический подход / Б. Берман, Дж. Эванс; пер. с англ. – М.: Вильямс, 2003. – 1184 с.
- Леви, М. Основы розничной торговли / М. Леви, Б. А. Вейтц; пер. с англ. – СПб.: Питер, 1999. – 448 с.
- Апопій, В. В. Ринки в системі внутрішньої торгівлі України [монографія] / В. Апопій, І. Міщук, С. Рудницький та ін. – Львів: Вид-во ЛКА, 2012. – 416 с.
- Роздрібні торговельні мережі: регіональні фактори розвитку : монографія / Н. О. Власова, О. В. Колучкова; Харківський державний університет харчування та торгівлі. – Харків АдвАТМ, 2012. – 255 с.
- Голошубова, Н. Роздрібна торгівля м. Києва: трансформація формату та структури / Н. Голошубова // Вісник КНТЕУ. – 2015. – № 3. – С. 44-59.
- Ковальська, Л. Л. Роздрібна торгівля: сутність, оцінка та напрями розвитку / Л. Л. Ковальська, О. Ю. Речун // Економічний форум. – 2016. – №2. – С. 61-67.
- Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
- Пріоритети національного економічного розвитку в контексті глобалізаційних викликів: монографія: у 2 ч. / за ред. В. М. Гейця, А.А. Мазаракі. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. – Ч.2. – 273 с.

REFERENCES

- Berman, B., Jevans, Dzh. (2003). Roznichnaja trgovlja: strategicheskij pohod [Retail: a strategic approach]. Moskva, Vil'jams [In Russian].
- Levi, M. Vejtc, B. A. (1999). Osnovy roznichnoj trgovli [Basics of Retail]. – SPb.: Piter [In Russian].
- Apopij, V., Mishhuk, I., Rudnyc'kyj, S. (2012). Rynky v systemi vnutrishn'oi' trgovli Ukrainy [Markets in the system of internal trade of Ukraine]. L'viv: Vyd-vo LKA [In Ukrainian].
- Vlasova, N. O., Koljuchkova, O. V. (2012). Rozdribni tovgovel'ni merezhi: regional'ni faktory rozvytku [Retail trade networks: regional development factors]. Harkiv, AdvATM [In Ukrainian].
- Goloshubova, N. (2015). Rozdribna tovgivlja m. Kyjeva: transformacija formatu ta struktury [Kyiv retail network: format and structure transformation]. Visnyk KNTEU – Herald of KNUTE, 3, 44-59 [In Ukrainian].
- Koval's'ka, L. L., Rechun, O. Ju. (2016). Rozdribna tovgivlja: sutnist', ocinka ta naprjamy rozvytku [Retail: essence, assessment and areas of development]. Ekonomichnyj forum – Economic forum, 2, 61-67 [In Ukrainian].
- State Statistics Service of Ukraine. Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua/> [In Ukrainian].
- Gejjec', V. M., & Mazaraki, A. A. (Eds.). (2008). Priorytety nacional'nogo ekonomichnogo rozvytku v konteksti globalizacijnyh vyklykiv [Priorities of national economic development in the context of globalization challenges]. Kyi'v: Kyi'v. Nac. tovg.-ekon. un-t [In Ukrainian].

**Черничко Татьяна Владимировна, Черничко Станислав Федорович, Рибчак Елена Сергеевна.
АНАЛИЗ ТЕРРИТОРИАЛЬНО-РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ
УКРАИНЫ**

Целью статьи является обоснование алгоритма анализа территориально-регионального развития розничной торговой сети Украины; формирование системы показателей оценки розничной торговой сети региона и проведение исследования тенденций развития розничной торговли в разрезе областей Украины. В статье определено, что анализ территориально-регионального развития розничной торговой сети региона позволяет комплексно, на системном уровне провести исследования состояния развития объектов розничной торговли на региональном уровне, исследовать динамику основных показателей развития, оценить эффективность ведения предпринимательской деятельности объектов торговли, и, на этой основе, разработать перечень мероприятий активизации развития предпринимательской среды в сфере розничной торговли. Практическое значение полученных результатов состоит в возможности использования предложенного перечня показателей для проведения анализа территориально-регионального развития розничной торговой сети регионов Украины. Научная новизна состоит в уточнении подходов к анализу территориально-регионального развития розничной торговой сети. Проведен статистический анализ по двум направлениям: анализ розничной торговой сети региона по таким показателям: обеспеченность населения региона торговой площадью магазинов, количество предприятий розничной торговли, количество продовольственных магазинов; анализ результативности предпринимательской деятельности объектов розничной торговли по следующим показателям: объемы оборота розничной торговли региона, темпы роста объема розничного товарооборота, розничный товароборот предприятий на одного человека. По результатам проведенного исследования сделан вывод, что по интегральному индексу территориально-регионального развития розничной торговой сети в 2017 лучшая ситуация по состоянию розничной торговой сети и тенденциям результативности ее деятельности наблюдается в г. Киев. Также в группу с высоким уровнем развития розничной торговой сети региона относятся Львовская, Киевская, Одесская, Днепропетровская и Харьковская области. Дальнейшие исследования в данном направлении будут направлены на расширение перечня показателей оценки развития розничной торговой сети и совершенствование алгоритма проведения анализа территориально-регионального развития розничной торговой сети региона.

Ключевые слова: розничная торговля, розничная торговая сеть, региональное развитие территориально-регионального развития розничной торговой сети региона.

**Chernychko Tetiana V., Chernychko Stanislav F., Rybchak Olena S. ANALYSIS OF TERRITORIAL
REGIONAL DEVELOPMENT OF RETAIL TRADE NETWORK OF UKRAINE**

The purpose of the article is to justify the algorithm of analysis of the territorial and regional development of the retail trade network of Ukraine; the formation of a system of indicators for assessing the retail network of the region and conducting research on trends in retail development in the regions of Ukraine. The article determines that the analysis of territorial and regional development of retail trade network of the region allows a comprehensive, systematic study of the state of development of retail trade objects at the regional level, to study the dynamics of the main indicators of development, to assess the effectiveness of business activity of the objects of trade, and , on this basis, to develop a list of measures to revitalize the business environment in the retail sector. The practical value of the results obtained is the possibility of using the proposed list of indicators for analyzing the territorial and regional development of the retail trade network of the regions of Ukraine. The scientific novelty is to refine the approaches to analyzing the territorial and regional development of the retail trade network. The statistical analysis was carried out in two directions: analysis of the status of the retail trade network of the region according to the following indicators: the population of the region's retail space, the number of retailers, the number of grocery stores; analysis of the effectiveness of business activity of retail trade objects by the following indicators: turnover of retail trade in the region, growth rate of retail trade turnover, retail turnover of enterprises per one person. According to the results of the research, it has been concluded that according to the integral index of territorial and regional development of the retail trade network in 2017 the best situation with regard to the state of retail trade network and the tendencies of its activity performance is observed in Kyiv. Also, the group with a high level of development of the retail chain of the region includes Lviv, Kiev, Odessa, Dnipropetrovsk and Kharkiv regions. Further research in this direction will be aimed at expanding the list of indicators for assessing the development of the retail trade network and improving the algorithm for analyzing the territorial and regional development of the retail chain of the region.

Key words: retail trade, retail trade network, regional development of territorial-regional development of retail trade network of the region

Одержано 05.10.2018 р.

РОЗДІЛ IV

ФІНАНСИ, ГРОШІ ТА КРЕДИТ

УДК 336.221.26: 330.33.01

DOI:10.31339/2313-8114-2018-2(10)-128-133

Іванишина Ольга Степанівна,
к.е.н., доцент кафедри податкової політик,
Національний університет державної фіскальної служби України,
Хірна Марина Сергіївна,
магістрант,
Навчально-науковий інститут економіки, оподаткування та митної справи Національного університету
державної фіскальної служби України

ПОДАТКОВІ ІНСТРУМЕНТИ РЕАЛІЗАЦІЇ АНТИКРИЗОВОЇ ПОЛІТИКИ: МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ТА МОЖЛИВОСТІ УКРАЇНИ

Стаття присвячена висвітленню результатів досліджень з проблематики використання податків в системі інструментів антикризової політики. У статті викладено досвід провідних зарубіжних країн щодо застосування податкових інструментів антикризової політики, а також ідентифіковано відповідні можливості України. Метою статті є викладення результатів дослідження міжнародного досвіду використання податків в системі інструментів антикризової політики, а також оцінка можливостей України щодо впливу податкового маніпулювання в системі протидії соціально-економічній кризі. Під час проведення дослідження використовувалися наступні методи: аналіз і синтез, індукція і дедукція, аналітичні порівняння, зіставлення, семантичного аналізу, економетричний. Удосконалено методичні прийоми використання податків в системі інструментів антикризової політики. Дістали подальшого розвитку наукові підходи до формування податкової моделі та типу шкали оподаткування в залежності від характеру кризової ситуації. Зроблено висновок про пріоритетність податкових інструментів, спрямованих на стимулювання інвестиційної діяльності та оновлення основного капіталу. Вказано на доцільність застосування гнучких механізмів податкового регулювання. Практична значущість отриманих результатів полягає у тому, що вони можуть бути використані в процесі формування та реалізації податкової політики держави під час реалізації стратегії антикризового регулювання, у тому числі шляхом стимулювання економічного зростання на інвестиційній основі. Окрім того, зроблені узагальнення дозволяють розширити наукове бачення про характер та зміст процесів податкового регулювання у провідних державах світу.

Ключові слова: податки, податкові інструменти, антикризова політика.

ВСТУП

Вироблення моделей і концепцій трансформації податкового механізму з метою вирішення завдань антикризового регулювання є актуальною і значущою проблемою для будь-якої країни. Аналіз міжнародного досвіду показує, що органи регулювання економікою різних країн використовують податки в якості інструмента антикризової політики. Проблема використання податкових інструментів в якості засобу антикризового регулювання є актуальною і для України, темпи економічного розвитку якої є незначними, а економічна система характеризується наявністю суперечливих тенденцій.

Постановка проблеми. Для України дослідження проблематики використання податків в

якості інструменту антикризової політики має велике значення, оскільки системна соціально-економічна криза в сучасних умовах може бути подолана лише за допомогою переважно економічних регуляторів. Окрім того, податковий механізм ґрунтується на чітких правових нормах, що дозволяє запроваджувати наперед визначені моделі економічної поведінки та здійснювати належний моніторинг результативності та ефективності вжитих заходів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В останні роки актуальним питанням використання податків в якості інструменту антикризової політики присвячується чимало наукових праць. Плідно працюють над цією проблематикою вітчизняні та зарубіжні вчені: Захарін С. В., Крисоватий А. І., Кошук Т. В., Любіч О. О., Римар О. Г., Ткаченко Н. М. та ін. У

той же час, потребують поглибленого аналізу та узагальнення процеси, що впливають на формування податкової політики з урахуванням сучасних наслідків соціально-економічних криз.

Мета статті (постановка завдання). Метою статті є викладення результатів дослідження міжнародного досвіду використання податків в системі інструментів антикризової політики, а також оцінка можливостей України щодо впливу податкового маніпулювання в системі протидії соціально-економічній кризі.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

У сучасних умовах розвитку світової економіки, які характеризуються загостренням глобальної конкуренції, податкові системи стають інструментом конкурентної боротьби [3, с. 40]. Провідні країни, прагнучи залучити іноземні інвестиції та стримати відплив внутрішнього капіталу, систематично вживають заходів, що спрямовані на поліпшення податкового режиму, намагаючись запропонувати інвесторам привабливі умови для здійснення вкладень.

Економічна наука обґрунтувала модель податкової політики як інструменту антикризового регулювання, яку можна сформувати таким чином: по-перше, єдині низькі податкові ставки (відсутність прогресивності та регресивності), по-друге, широка база оподаткування, по-третє максимальна адресність (але не індивідуальність) податкових пільг.

Уряди провідних країн застосовують, як правило, помірне податкове навантаження. Це є результатом проведення податкової політики, спрямованої на підтримку стабільного економічного зростання в умовах високих ризиків виникнення кризових проявів. В той же час питома частка податкових платежів у структурі ВВП багатьох країн є досить суттєвою – від 40 до 50% (Франція, Австрія, Італія, Бельгія, Норвегія, Нідерланди, Фінляндія, Швеція, Данія, Люксембург) [5; 8].

Під впливом цих тенденцій до податкових систем багатьох країн, які залишаються в цілому прийнятними для залучення інвестицій, регулярно вносяться певні зміни, які спрямовані на підтримку розвитку сфери високих технологій. Більшість авторів вказують, що такі заходи спрямовані на формування інноваційної економіки, і сприяють переходу суспільства на постіндустріальну модель розвитку. Але в контексті нашого дослідження зазначимо, що ці ж заходи мають і важливе антикризове значення, оскільки дозволяють «зв'язати» надлишкові фінансові ресурси для інвестування капіталомістких проектів, що на практиці призводить до стримування інфляції та зростання попиту на капітал. Крім того, вказане тягне за собою підвищення еластичності реалізації заходів грошово-кредитної політики, які виступають провідною ланкою системи антикризового регулювання.

Крім стандартних податкових пільг, для інвесторів та інноваторів у розвинутих країнах додаються так звані «спеціальні» пільги – прискорена податкова амортизація на інноваційне обладнання, надання додаткового податкового кредиту при

створенні нових виробництв, включення витрат на обслуговування боргу до складу валових витрат тощо [2, с. 85]. Вказане стимулює інвестиційний попит, що каталізує сукупну пропозицію та збільшує потреби у робочій силі. Відтак, такі пільги є важливим інструментом антикризового регулювання.

При обранні параметрів податкової політики уряди звертають увагу на фінансове становище платників, в першу чергу в аспекті можливості формування належного за обсягом інвестиційних ресурсів. Стимулювання інвестиційної активності є ключовою умовою формування сукупного попиту, а отже – і підтримки ринку праці. Платники (виробники) повинні мати постійну можливість здійснювати фінансування виробничих витрат («поточні інвестиції») за рахунок різних джерел, внутрішніх та залучених. У іншому випадку втрачається мотивація до розширення виробництва, і фінансова криза переростає у промислову [4; с. 90].

В рамках використання податкових інструментів антикризового регулювання окремі автори рекомендують вживати заходів для стимулювання фінансування природоохоронних (екологічних) витрат, а також значно підвищити розміри санкцій (штрафів) за порушення вимог екологічного законодавства. Приміром, у Німеччині розмір податку на автомобілі залежить від обсягу циліндра двигуна (потужність двигуна) та наявності сучасного каталізатора; власники малопотужних автомашин, які оснащені такими каталізаторами, від податкового обов'язку взагалі звільнені, оскільки вважається, що такий автомобіль зовсім не шкодить довкіллю, а є скоріше «засобом традиційного пересування» [7, с. 88].

Засоби екологічного оподаткування можуть мати помірну антикризову дію, але в умовах обмеженості фінансових ресурсів платників податків, що є наслідком кризи, є більш дієвими, оскільки платники змушені економити оборотні активи. Крім того, активне маніпулювання параметрами екологічного оподаткування змушує платників реалізовувати природоохоронні проекти, які зазвичай є капіталомісткими, що позитивно впливає на стимулювання сукупного інвестиційного попиту та стримує інфляцію.

В залежності від характеру податкової політики, що проводять уряди різних держав, виділяють три найпоширеніші її типи: з високим оподаткуванням, з помірним оподаткуванням, низьким оподаткуванням (офшори). Політика високого оподаткування доцільна в умовах, якщо держава надає якісні послуги (зокрема, у сфері соціального забезпечення), і платники готові платити додаткові кошти за ці послуги. Крім того, політика високого оподаткування доцільна для захисту національних ресурсів (зокрема, природних) або національних ринків (зокрема, від експансії експорту). Приклади: Велика Британія, Швеція, Норвегія [5; 7].

Політика низького оподаткування доцільна для забезпечення «швидких» грошей до бюджету за умов недоцільності розвитку територій (офшори), або з метою розвитку певних виробництв на обмежених територіях (вільні економічні зони). Приклади: Кіпр, Вірджинські острови, «наукогради» у Індії, Китаї, Росії та ін.

Політика помірною оподаткування, яку проводять більшість країн, найкраще підходить для проведення антикризового регулювання, оскільки така політика допускає маніпулювання податковим режимом, тобто підвищення або зниження податкових ставок, а також зміну умов формування (визначення) податкової бази. Саме маніпулювання, яке досягається завдяки гнучкості у формуванні податкової політики, і уможливорює реалізацію певних заходів, які мають вплив на поведінку платників.

Свою чергою, серед моделей політики помірною оподаткування виділяють ліберально-обмежувальну та соціально-навантажену. Ліберально-обмежувальна модель характерна для країн, які ставлять за мету нарощування (відновлення) виробництва товарів, вихід (експансія) на зовнішні ринки, зростання доходів інституційних секторів за рахунок підприємництва. В рамках цієї моделі обмежується розмір податкових вилучень, але держава змушена відмовлятися від певних соціальних трансфертів, пільг та гарантій [8, с. 130-131]. Як правило, надаються податкові пільги для системних інвесторів, експортерів та виробників, що створюють робочі місця. Податки застосовуються у гармонізації із засобами валютної стабілізації, обмеження державних запозичень та стимулювання експорту праці (експорт продукції з високим вмістом доданої вартості).

Соціально-напружена модель використовується в практиці країн з високим рівнем розвитку, які змушені підтримувати високі соціальні стандарти. Підтримка високих соціальних стандартів є особливістю і економічної політики багатьох постсоціалістичних країн, але така підтримка у цих країнах є в цілому малоефективною, оскільки не забезпечує рівного доступу громадян до соціального забезпечення та допускає усілякі «перекручення» (парадокси). Вважається, що податкова політика, спрямована на підтримку високих соціальних стандартів, є доцільною, коли країна досягла достатнього рівня економічного розвитку, має змогу ефективно захистити факторні ринки (в тому числі ринок капіталу та ринок праці), а структура виробництва доданої вартості відповідає обраним пріоритетам. Метою податкової політики за описаної моделі є вирішення трьох завдань: по-перше, стимулювання платоспроможного попиту, підтримка ефективної зайнятості, скорочення нерівності у розподілі доходів (перерозподільча дія податкового механізму), по-друге, підтримка високої частки експорту товарів та послуг, розробка та впровадження цілеспрямованої структурно-інноваційної політики, експансія зовнішніх ринків, по-третє, мінімізація впливу зовнішніх економічних криз на розвиток національної економіки, профілактика коливань ринкової кон'юнктури внаслідок «спекулятивних атак». Як правило, при соціально-напруженій моделі податкової політики застосовуються високі ставки оподаткування, але загальний рівень податкового навантаження може бути або високим, або середнім – за рахунок застосування розгалуженої системи пільг, які платники обирають самостійно. Приміром, у Німеччині базова ставка податку на прибуток корпорацій на практиці знижується вдвічі за рахунок

застосування усіма корпораціями певних пільг, але як наслідок – платники виконують певні умови для отримання цих пільг [1; с. 170].

Розглянемо досвід різних країн щодо використання податків в якості інструменту антикризової політики.

Податкова система Сполучених Штатів Америки (США) є однією із найскладніших, оскільки діє три рівня податків: верхній (федеральний), середній (рівень штатів), нижній (місцеві). Податки штатів та місцеві податки встановлюються органами управління відповідно штатів та місцевих утворень (графств, міст, округи, селищ). Основний податковий тягар несуть фізичні особи (за рахунок податку на доходи фізичних осіб формується до 40% доходів державної скарбниці та 40% доходів бюджетів штатів).

Сучасна податкова політика США будується на прогресивному оподаткуванні (податкова ставка зростає відповідно до зростання доходу). Податкова система є стабільною у адміністративних процедурах, але гнучкою щодо встановлення ставок (ставки багатьох податків змінюються майже щорічно).

Іншою особливістю податкової системи США є наявність численних пільг та вилучень, спрямований на стимулювання того чи іншого виду діяльності. Вказане має важливе антикризове значення.

Податку на додану вартість у США не існує. Непряме оподаткування представлено податком з продажів, акцизами та митними зборами.

Податкова політика США спрямована на стимулювання інвестиційної діяльності системних інвесторів (корпорацій). Ключовими елементами механізму податкового стимулювання інвестиційної діяльності виступають [5; 7; 8]:

- застосування норм прискореної амортизації основних фондів підприємств, які здійснюють реінвестування отриманого прибутку;
- запровадження пільг на інвестиції, що вкладаються у науково-дослідні роботи та інновації;
- спеціальні податкові знижки за користування альтернативними видами енергії.

Крім того, корпорації застосовують регресивну шкалу оподаткування при нарахуванні амортизації, що на практиці дозволяє стимулювати капіталомісткі проекти, і в той же час орієнтуватися на високу фінансову ефективність податку на прибуток.

Податкова політика Великої Британії націлена на високе оподаткування (понад 38% ВВП у середньому за період з 2000 по 2017 рр.), що пов'язано із високими обсягами соціальних трансфертів. Разом з тим у Великій Британії більш низькі ставки оподаткування фонду оплати праці, знижена базова ставка ПДВ, а також діє розгалужена система податкових пільг. Відмітимо досить значну кількість пільг в системі пенсійного страхування – таким чином держава обмежує сукупний попит, але стимулює заощадження з метою інвестування.

Особливістю податкової системи Великої Британії є переважання непрямих податків у структурі податкових надходжень. У роздрібній вартості окремих товарів (пальне, тютюнові вироби) до 2/3 становлять акцизи. Базова ставка ПДВ складає 17,5%.

Одним із елементів гнучкості податкової

політики Великої Британії є те, що парламент може встановлювати тимчасові ставки окремих податків (як правило, на наступний бюджетний рік), в залежності від планових доходів та доходів. Вказане виступає одним із потужних елементів антикризового регулювання.

Крім того, в залежності від поточної макроекономічної ситуації та стану державних фінансів Державному казначейству Великої Британії надано право змінювати базову ставку ПДВ (зменшувати або збільшувати) на 25%, тобто встановити ставку в межах від 13,125% до 21,875% [5; с. 277].

Податкові органи Великої Британії діють доволі ефективно завдяки застосуванню сучасних методів спостереження. Було встановлено, що 2/3 податкових надходжень забезпечують 10-15% платників. Ці платники, які умовно можна назвати «бюджетоформуючими», підпадають під дію усіляких партнерських програм, запроваджених податковими службами. Діяльність інших платників відслідковується завдяки застосуванню інформаційно-комунікаційних технологій, які здатні в режимі «онлайн» сигналізувати про ймовірність порушення.

Податкова система Франції відображає соціогуманітарні, історичні та культурні традиції, є доволі специфічною і оригінальною. При побудові цієї системи було враховано основні принципи: системність (усі податки взаємоузгоджені, подвійне оподаткування виключається), централізація податкових надходжень, гнучкість (податкові ставки можуть змінюватися щорічно), соціальна спрямованість.

За висновками експертів, податкова система Франції є фінансово-орієнтованою [5, с. 184], що обмежує можливості використання податків в якості інструменту антикризового регулювання, але гарантує стійкі надходження до державної казни, що в умовах погіршення стану фінансових ринків є досить важливим.

Основну частину податкових надходжень Франції формують непрямі податки. Особливістю оподаткування доданої вартості у Франції є те, що ПДВ має чотири ставки: 5,5%, 7%, 19,6%, 22%. Така диференціація, з одного боку, утруднює податкове адміністрування, а з іншого – дозволяє врахувати властивості окремих операцій та підвищити ступінь справедливості оподаткування (у її сучасному розумінні) [8, с. 371].

У Франції оподатковуються доходи не фізичної особи, а домогосподарства. Це дозволяє врахувати доходи всіх членів родини при визначенні бази оподаткування, а також взяти до уваги чинники, які впливають на податкове зобов'язання (наявність дітей та ін.).

В контексті антикризового регулювання у системі оподаткування Франції можемо виділити наступні інструменти [5; 7; 8]:

- запровадження пільгового режиму для інвестиційної діяльності (а не окремих інвесторів), в першу чергу при здійсненні вкладень у науку та високотехнологічний сектор;
- запровадження пільгового режиму для

оподаткування доданої вартості при виробництві невеличкої кількості товарів першої необхідності (що підвищує суспільне сприйняття податкової системи як справедливої, а також стимулює платоспроможний попит);

- підтримка соціальної спрямованості системи оподаткування (в тому числі через підвищення розміру неоподаткованого доходу, а також визначення бази оподаткування через доходи родини, а не окремої фізичної особи).

У Німеччині створено доволі складну систему оподаткування, яка складається з 39 податків і зборів, які стягуються до бюджетів різних рівнів. На практиці біля 10 податків забезпечують понад 90% доходів казни. Податки забезпечують 80% бюджетних надходжень [5, с. 204].

На початку ХХІ ст. Німеччина, за висновком деяких фахівців, стала програвати у глобальній конкуренції, про що свідчило деяке падіння темпів зростання ВВП, зростання безробіття, а також зниження індексів німецьких цінних паперів. Однією з причин фахівці вважають нераціональну державну політику, яка орієнтується на підтримку високих соціальних стандартів, через яку в державі встановлено високе податкове навантаження, що пригнічує бізнес.

В таких умовах влада Німеччина зрозуміла необхідність реформування власної економічної системи. Зазнала трансформації і податкова система. Основним завданням оновленої податкової системи було визначено підтримка купівельної спроможності населення та зростання інвестиційної привабливості економіки [6, с. 255].

В результаті було знижено ставку прибутку на доходи корпорацій з 40% до 25% (для збереженого прибутку) та 30% (для прибутку, що спрямовується на виплату дивідендів), максимальна ставка на доходи фізичних осіб була знижена з 51,0% до 48,5%, мінімальна ставка – з 22,9% до 19,9%. З 1 січня 2018 р. прибуток деяких підприємств оподатковується за ставкою 15% [7; с. 204].

Водночас, з метою недопущення різкого зниження бюджетних доходів, було розширено податкову базу. Зокрема, з бази оподаткування податком на прибуток корпорацій було виключено деякі витрати, обмежувалася сума витрат на обслуговування корпоративного боргу, зменшено ліміт разового списання малоцінних матеріалів. Також було скорочено державні витрати.

Відмітимо, що трансформація податкової системи у Німеччині відбувалося на фоні широкої політичної дискусії, а основні параметри податкової політики узгоджувалися на рівні консультацій між владою, парламентом та опозицією. Окремі проекти рішень, які пропонувала влада, врешті-решт було відхилено. Одночасно було проведено активну роз'яснювальну роботу, спрямовану на популяризацію та пояснення змін серед населення. Податкова система в результаті стала суспільним компромісом, що підвищило довіру платників до оподаткування.

Особливістю податкової системи Німеччини є широке оподаткування майна (майнове оподаткування було запроваджено у Німеччині ще у 1278 р.). Майнові податки (земельні, на транспортні засоби, на

нерухомість, на спадщину та ін.) мають високе фіскальне значення, а також змушують ефективно та продуктивно використовувати майно. Майно, що не приносить доходу, виставляється на продаж, його купує більш ефективний власник, і таким чином підтримується висока суспільна корисність основного капіталу.

Доцільна подальша лібералізація амортизаційної політики, що відповідає сучасним трендам розвитку податкових систем провідних країн світу. Зазначені тактики реформування податкових систем у різні часи були застосовані країнами, які нині досягли високої глобальної конкурентоспроможності (США, Японія, Фінляндія, Швеція, Данія). Скандинавські країни, незважаючи на відсутність значних природних копалин та високе податкове навантаження (Фінляндія – 46% від ВВП, Данія – 49%, Швеція – 51%), завдяки ефективному антикризовому регулюванню, спрямованому на розвиток людського капіталу та підтримку якості державних інститутів, посідають нині у міжнародних рейтингах конкурентоспроможності провідні місця.

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Узагальнивши досвід податкових систем провідних країн світу, які досягли значних успіхів економічної політики, в тому числі, через ефективне застосування податкових важелів стимулювання ділової активності, що має значне антикризове значення, можемо зробити загальний висновок, що податки можуть бути ефективним інструментом антикризової політики, у першу чергу через стимулювання ділової активності, інвестиційної діяльності, створення додаткової мотивації для

оновлення основного капіталу.

Важливим елементом використання податків в якості інструменту антикризового регулювання є передбачуваність трансформацій податкової моделі, підвищення рівня прозорості державної податкової політики, удосконалення податкового адміністрування.

В умовах антикризового регулювання податкова політика має бути гнучкою, тобто такою, до якою можна вносити оперативні коригування в залежності від зміни соціально-економічної ситуації, але в межах «завданих коридорів».

В контексті реалізації антикризової політики важливе значення має профілактика податкових девіацій, а також міжнародне співробітництво у сфері оподаткування (у тому числі оподаткування корпоративних доходів).

Оскільки Україна є країною з низьким рівнем розвитку економіки і невисокою базою оподаткування, стратегія подальшого зниження податків не є перспективною. Більш важливе значення має розробка чіткої, гнучкої та обґрунтованої фіскальної політики, орієнтованої на виконання завдань антикризового регулювання.

До важелів відповідної політики у податковій сфері слід віднести особливі умови амортизації, податкові пільги на інвестиції, гнучкість у застосуванні податкових ставок, виважене запровадження пільг. У пріоритетних сферах економіки доцільно застосовувати помірні податкові ставки у поєднанні з особливою політикою державних витрат.

У подальшому слід провести дослідження, спрямовані на наукове обґрунтування параметрів податкової політики в залежності від змін макроекономічної ситуації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Богомолов, В. А. Антикризисное регулирование экономики: теория и практика [монография] / Богомолов В. А., Богомолова А. В. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 271 с.
2. Захарін С. В. Вплив оподаткування на заощадження та інвестиції / С. В. Захарін // Фінанси України. – 2005. – № 10. – С. 83-90.
3. Крисоватий, А. І. Вплив поглиблення інтеграції на податкову політику країн – учасниць ЄС / А. І. Крисоватий, Т. В. Кошук // Фінанси України. – 2009. – № 2. – С. 31-43.
4. Любіч, О. О. Фінансова стабільність та інструменти запобігання фінансовим кризам: міжнародний досвід і рекомендації для України / О. О. Любіч, В. М. Домрачев // Фінанси України. – 2011. – № 5. – С. 78-93.
5. Попова, Л. В. Налоговые системы зарубежных стран / Л. В. Попова, И. А. Дрожжина, Б. Г. Маслов. – М.: Дело и Сервис, 2016. – 432 с.
6. Римар, О. Г. Фіскальна ефективність податкової системи в контексті антикризового регулювання / О. Г. Римар // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 4. – С. 224-227.
7. Сурков, М. С. Институты и инструменты бюджетно-налогового и денежно-кредитного регулирования экономики [монография] / М. С. Сурков, Н. В. Яремчук. – М.: Городец, 2017. – 256 с.
8. Ткаченко, Н. М. Податкові системи країн світу і України. Облік і звітність [навчально-методичний посібник] / Н. М. Ткаченко. – К.: Алерта, 2014. – 554 с.

REFERENCES

1. Bogomolov, V. A., Bogomolova A. V. (2015). Antikrizisnoe regulirovanie ekonomiki: teoriya i praktika [Anti-crisis regulation of the economy: theory and practice]. Moskva: Yuniti-Dana.
2. Zakharin S.V. (2005). Vplyv opodatkuvannia na zaoshchadzhennia ta investicii. [Impact of taxation on savings and investments]. Finansi Ukrayini – Finance Ukraine, 10, 83-90.
3. Krisovatiy, A. I., Koschuk, T. V. (2009). Vplyv pogliblennia Integratsiyi na podatkovu politiku krayin –

uchasnits ES [Effect of deepening integration in fiscal policy of countries – EU member states]. Finansni Ukraini – Finance Ukraine, 2, 31-43.

4. Lyubich, O. O., Domrachev V. M. (2011). Finansova stabilnist ta instrumenti zapobigannya finansovim krizam: mizhnarodniy dosvid i rekomendatsiyi dlya Ukraini [Financial stability and prevent financial crises instruments: international experience and recommendations for Ukraine]. Finansni Ukraini – Finance Ukraine, 5, 78-93.

5. Popova, L. V., Drozhzhina, I. A., Maslov, B. G. (2016). Nalogovyye sistemyi zarubezhnyih stran [Tax systems of foreign countries]. Moskva: Delo i Servis.

6. Rimar, O. G. Fiskalna efektyvnist podatkovoyi sistemi v konteksti antikrizovogo reguluyuvannya [Fiscal efficiency of tax system within the framework of crisis control]. Aktualni problemi ekonomiki – Actual problems of economy, 4, 224-227.

7. Surkov, M. S., Yaremchuk, N. V. (2017). Instituty i instrumenty byudzhetho-nalogovogo i denezhno-kreditnogo regulirovaniya ekonomiki [Institutes and instruments of fiscal and monetary regulation of the economy]. Moskva: Gorodets.

8. Tkachenko, N. M. (2014). Podatkovy sistemi krayin svitu i Ukraini. Oblik i zvitnIst [Tax systems of countries of the world and Ukraine. Accounting and reporting]. Kiev: Alerta.

Іванишина Ольга Степановна, Хирна Марина Сергеевна. НАЛОГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ РЕАЛИЗАЦИИ АНТИКРИЗИСНОЙ ПОЛИТИКИ: МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ И ВОЗМОЖНОСТИ УКРАИНЫ

Статья посвящена освещению результатов исследований по проблематике использования налогов в системе инструментов антикризисной политики. В статье изложен опыт ведущих зарубежных стран по применению налоговых инструментов антикризисной политики, а также идентифицированы соответствующие возможности Украины. Целью статьи является изложение результатов исследования международного опыта использования налогов в системе инструментов антикризисной политики, а также оценка возможностей Украины относительно влияния налогового манипулирования в системе противодействия социально-экономическому кризису. При проведении исследования использовались следующие методы: анализ и синтез, индукция и дедукция, аналитические сравнения, сопоставления, семантического анализа, эконометрический. Усовершенствованы методические приемы использования налогов в системе инструментов антикризисной политики. Получили дальнейшее развитие научные подходы к формированию налоговой модели и типа шкалы налогообложения в зависимости от характера кризисной ситуации. Сделан вывод о приоритетности налоговых инструментов, направленных на стимулирование инвестиционной деятельности и обновления основного капитала. Указано на целесообразность применения гибких механизмов налогового регулирования. Практическая значимость полученных результатов заключается в том, что они могут быть использованы в процессе формирования и реализации налоговой политики государства при реализации стратегии антикризисного регулирования, в том числе путем стимулирования экономического роста на инвестиционной основе. Кроме того, сделаны обобщения позволяют расширить научное видение о характере и содержании процессов налогового регулирования в ведущих государствах мира.

Ключевые слова: налоги, налоговые инструменты, антикризисная политика.

Ivanishina Olga S., Hirna Marina S. TAX INSTRUMENTS FOR IMPLEMENTING THE ANTI-CRISIS POLICY: INTERNATIONAL EXPERIENCE AND OPPORTUNITIES IN UKRAINE

The article is devoted to highlighting the results of research on the use of taxes in the system of anti-crisis policy instruments. The article outlines the experience of leading foreign countries in the application of tax instruments of the anti-crisis policy, and identifies the corresponding opportunities of Ukraine. The purpose of the article is to present the results of a study of international experience in using taxes in the system of anti-crisis policy instruments, as well as an assessment of Ukraine's possibilities regarding the impact of tax manipulation in the system of counteracting the socio-economic crisis. The following methods were used in the study: analysis and synthesis, induction and deduction, analytical comparisons, comparisons, semantic analysis, econometric analysis. Improved methodological techniques for using taxes in the system of anti-crisis policy instruments. Scientific approaches to the formation of a tax model and the type of taxation scale depending on the nature of the crisis situation have been further developed. The conclusion is made about the priority of tax instruments aimed at stimulating investment activity and renewal of fixed capital. It is indicated the expediency of applying flexible tax regulation mechanisms. The practical significance of the results obtained is that they can be used in the process of forming and implementing the tax policy of the state when implementing the crisis management strategy, including by stimulating economic growth on an investment basis. In addition, generalizations made allow the scientific vision of the nature and content of tax regulation processes in the leading states of the world to be expanded.

Keywords: taxes, tax instruments, anti-crisis policy.

Одержано 23.10.2018 р.

МІЖБЮДЖЕТНІ ТРАНСФЕРТИ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ МЕТОД БЮДЖЕТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ

Міжбюджетні трансферти відносяться до методів бюджетного регулювання, які в сучасних умовах займають важливе місце в процесі бюджетного регулювання. З набранням чинності Бюджетного кодексу України вони стають одним із основних методів бюджетного регулювання, що відповідає досвіду зарубіжних країн. Міжбюджетні трансферти відіграють принципово важливу роль у системі місцевих фінансів: використовуються для того, аби доходи відповідали видатковим повноваженням різних рівнів влади. Основна проблема, яка сьогодні характерна для цього інструмента фінансового вирівнювання в Україні, — корупційна складова витрачання (причому мова йде про зловживання чиновників при визначенні тих чи інших цілей, брак прозорості та незадовільна підзвітність громадськості). На сьогодні міжбюджетні трансферти повинні стати ключовим чинником у створенні такого механізму, який буде ефективно впливати на управління державними і місцевими фінансами, що забезпечить справедливість й ефективність надання суспільних благ та послуг. Метою статті є дослідження теоретичних основ функціонування міжбюджетних трансфертів, аналіз методів бюджетного регулювання та визначення проблем, що склалися внаслідок реформи міжбюджетних відносин. З метою проведення оцінки фінансової спроможності місцевих бюджетів на прикладі Закарпатської області проаналізовано частку офіційних трансфертів в доходах місцевого бюджету Закарпаття. Результати дослідження довели, що значне зростання субвенцій місцевим бюджетам з Державного бюджету є позитивним, але це призводить до дестимулювання місцевих органів влади у збільшенні обсягів власних надходжень. Елементом наукової новизни за результатами проведеного аналізу, є виокремлення основних проблем з функціонування системи міжбюджетних трансфертів в Україні. Дана тематика має перспективу дослідження, яке буде базуватись на вивченні оптимізації міжбюджетних відносин у контексті підвищення самостійності місцевих бюджетів.

Ключові слова: бюджетне регулювання, місцеві бюджети, міжбюджетні трансферти, дотації, субвенції.

ВСТУП

Постановка проблеми. У сучасних умовах концентрації фінансових ресурсів на державному рівні при постійному дефіциті коштів місцевих бюджетів роль головного балансуєчого інструменту виконують міжбюджетні трансферти. З їх допомогою створюються відповідні умови, які регулюють розвиток ринкових процесів у регіоні в потрібному державі напрямі, тобто здійснюється фінансове вирівнювання. Актуальність теми зумовлена значною роллю міжбюджетних трансфертів у процесі регулювання економічного розвитку регіонів.

Міжбюджетні трансферти відіграють принципово важливу роль у системі місцевих фінансів: використовуються для того, аби доходи відповідали видатковим повноваженням різних рівнів влади. Основна проблема, яка сьогодні характерна для цього інструмента фінансового вирівнювання в Україні, — корупційна складова витрачання (причому мова йде про зловживання чиновників при визначенні тих чи інших цілей, брак прозорості та незадовільна підзвітність громадськості).

Тут доречно навести епіграф до практичного посібника з міжбюджетних трансфертів: «Практика міжбюджетних трансфертів є магічним мистецтвом проходження грошей від одного уряду до іншого,

спостерігаючи, як вони зникають в повітрі» [7].

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питанням міжбюджетних трансфертів присвячено низку робіт зарубіжних і вітчизняних учених-економістів: В. Базилевича, О. Василика, В. Кравченка, О. Кириленко, І. Луніної, В. Опаріна, К. Павлюк, А. Рогожина, І. Стефанюка, І. Стоцької, І. Чугунова, О. Шевченка І. Лук'яненко та ін.

Мета дослідження (постановка завдання).

Метою статті є дослідження теоретичних основ функціонування міжбюджетних трансфертів, аналіз методів бюджетного регулювання та визначення проблем, що склалися внаслідок реформи міжбюджетних відносин.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Бюджетне регулювання є інструментом вирівнювання бюджетів, оскільки впливає на соціально-економічний розвиток регіонів та на циклічний розвиток економіки країни загалом. Збалансування доходів та видатків місцевих бюджетів проводиться за допомогою особливих методів.

Основними методами бюджетного регулювання виступають:

— метод відсоткових відрахувань від загальнодержавних податків та доходів, що поступають до місцевих бюджетів;

– надання міжбюджетних трансфертів.

Найважливішим та найефективнішим методом бюджетного регулювання виступають міжбюджетні трансферти. Вони є однією з найважливіших форм фінансування соціально-економічного розвитку країни [2]. Згідно з Бюджетним кодексом України [1], міжбюджетні трансферти – це «...кошти, які безоплатно і безповоротно передаються з одного бюджету до іншого». Виділяють чотири види трансфертів:

- базову дотацію;
- субвенції;
- реверсну дотацію;
- додаткові дотації.

У 2017 році з державного бюджету до місцевих було перераховано 272,6 млрд. грн. офіційних трансфертів, що склало майже третину державних видатків.

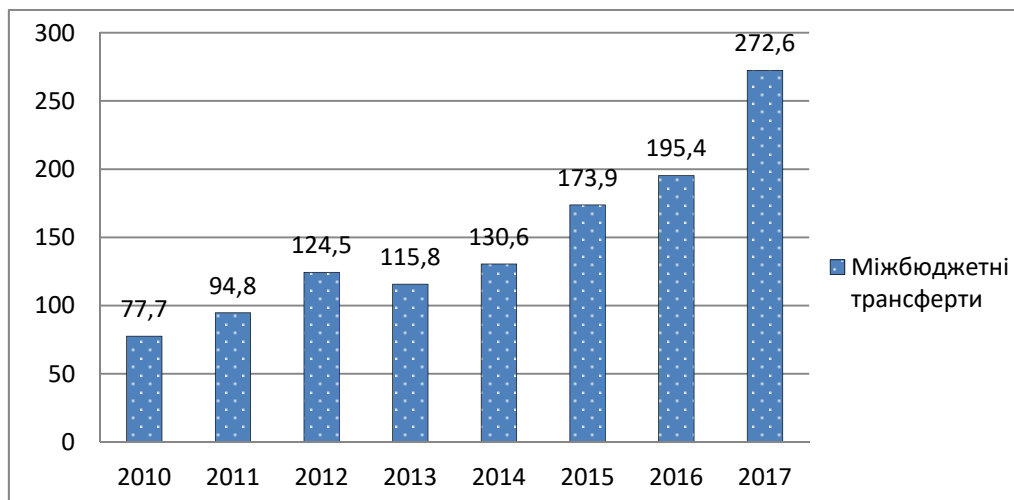


Рис. 1. Динаміка надходження міжбюджетних трансфертів до місцевих бюджетів України протягом 2010-2017 рр., млрд. грн. [6]

Як видно з рис. 1, з кожним роком надходження до місцевих бюджетів зростали. Найбільший розрив спостерігається у 2017 році, міжбюджетні трансферти збільшилися на 77,2 млрд. грн. або на 29% порівняно з 2016 роком.

Обсяг міжбюджетних трансфертів до місцевих бюджетів протягом півріччя 2018 року становив 169 млрд. грн., невиконання розпису становило 9 млрд. грн.

Станом на 01.11.2018 року обсяг міжбюджетних

трансфертів становить 246,5 млрд. грн., що на 12,6 млрд. грн. менше, ніж передбачено розписом. Отже, недовиконання плану становить майже 5%.

Згідно з Законом України про Державний бюджет України на 2017 рік загальний обсяг базової дотації перераховано в сумі 5,8 млрд. грн., що на 1,1 млрд. більше, ніж у 2016 році. Базова дотація надається державним бюджетом для місцевих і служить інструментом для підвищення фіскальної спроможності.

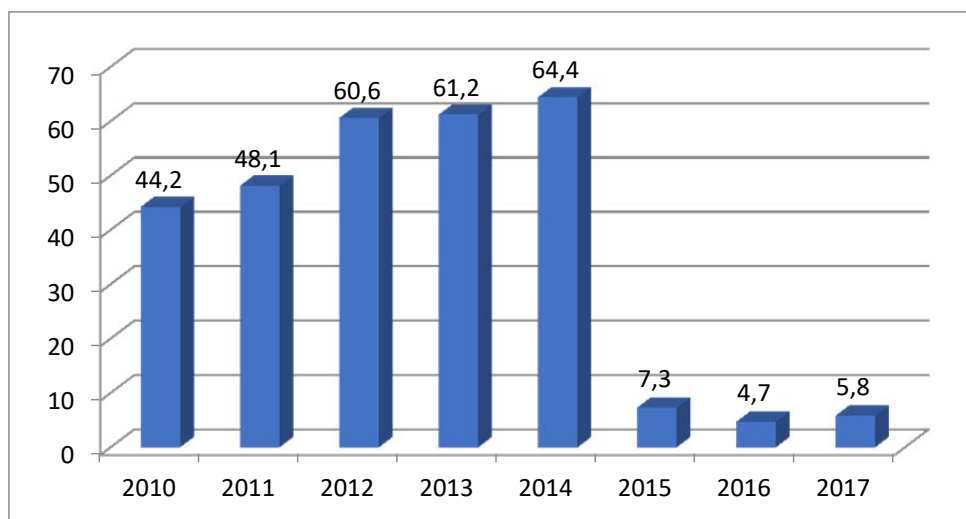


Рис. 2. Дотації місцевим бюджетам протягом 2010-2017 рр., млрд. грн. [6]

Як бачимо з рис. 2, надання дотацій місцевим бюджетам протягом 2010-2014 рр. невпинно збільшувалося з 44,2 млрд. грн. до 64,4 млрд. грн. [5].

Після впровадження реформи міжбюджетних відносин розмір дотації різко зменшився до 7,3 млрд. грн., у 2015 році. У 2017 році розмір дотацій становив 5,8

млрд. грн.

Протилежною до базової є реверсна дотація, котра надається з місцевих бюджетів до державного. Вона забезпечує перерозподіл коштів між багатими та бідними регіонами. Обсяг реверсної дотації у 2017 році становив 3,9 млрд. грн., що на 0,8 млрд. грн. більше, ніж у 2016 році.

Також виділяється додаткова дотація, котра направляється на видатки, у сфері охорони здоров'я та освіти, котрі не фінансуються за рахунок субвенцій [1]. У 2017 році з державного бюджету було перераховано додаткових дотацій на суму 16,2 млрд. грн., що на 14,1 млрд. грн. більше від 2016 року.

Крім дотацій до міжбюджетних трансфертів відносять і субвенції.

Субвенції поділяються на такі види: на здійснення державних програм соціального захисту; на освіту; на охорону здоров'я; інші субвенції [1].

У 2017 році було надано 250,9 млрд. грн. субвенцій, що на 61,8 млрд. грн. більше, ніж у 2016 році. З них на здійснення державних програм соціального захисту 124,7 млрд. грн., на освіту – 51,7 млрд. грн., на охорону здоров'я – 62,1 млрд. грн., інші субвенції склали 12,4 млрд. грн. [2].

Станом на 01.11.2018 року розмір субвенцій, що надійшли до місцевих бюджетів, становив 226,4 млрд. грн., що становить 91% всіх міжбюджетних трансфертів.

У 2015 році була проведена реформа міжбюджетних відносин, яка повинна забезпечити приріст власних доходів місцевих бюджетів та скорочення офіційних трансфертів. Для того, щоб оцінити фінансову спроможність місцевих бюджетів проаналізуємо частку офіційних трансфертів з державного бюджету в доходах бюджету Закарпатської області протягом 2014-2017 рр.

Таблиця 1

Частка офіційних трансфертів з Державного бюджету в доходах бюджету

Закарпатської області протягом 2014-2017 рр. [6]

Роки	Доходи бюджету Закарпатської області, тис. грн.	Офіційні трансферти з державного бюджету тис. грн.	Частка ОТ у загальних доходах,
2014	6 668 883,6	5 088 815,6	76%
2015	8 433 086,7	6 361 998,7	75%
2016	10 122 170, 4	7 015 257,3	69%
2017	14 011 340,8	9 402 505,7	67%

Як бачимо з таблиці 1, за період 2014-2017 років частка офіційних трансфертів з державного бюджету з кожним роком скорочувалася, і водночас збільшувалися власні доходи. Така тенденція свідчить про те, що реформа забезпечила покращення

фіскальної спроможності області.

Для більш детального аналізу доцільно оцінити структуру офіційних трансфертів, що надходили до бюджету Закарпатської області з державного бюджету протягом 2015-2017 рр. у розрізі дотацій та субвенцій.

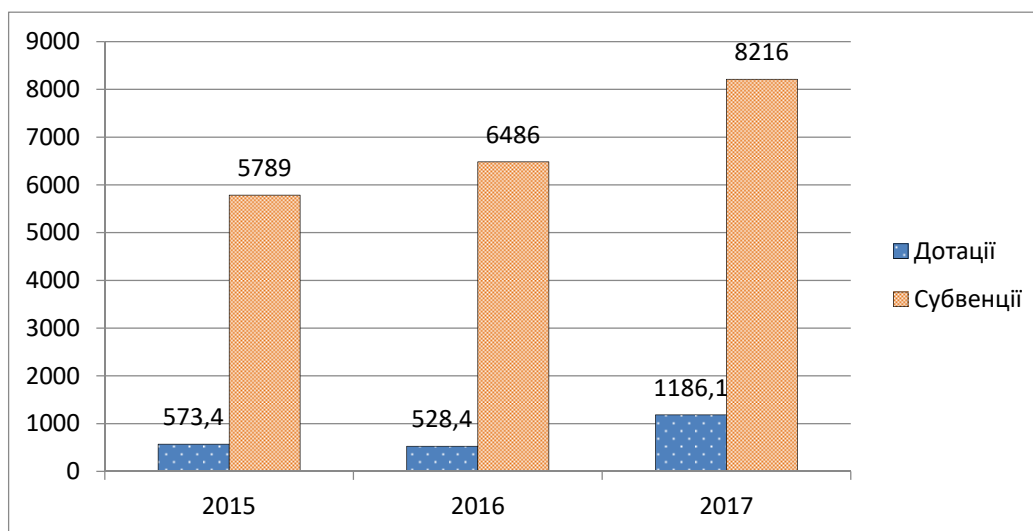


Рис. 3. Динаміка надходження дотацій та субвенцій до бюджету Закарпатської області протягом 2015-2017 рр., млн. грн. [6]

Як бачимо з рис. 3, значно зросли субвенції з Державного бюджету: у 2017 році вони становили 8,2 млрд. грн., що на 6 млрд. грн. більше, ніж у 2014 році. А розмір дотацій у 2017 році становив 1,2 млрд. грн., що на 2 млрд. грн. менше, ніж у 2014 році. Отже, кошти почали використовуватися за цільовим призначенням.

Хоча таке зростання, з одного боку, є

позитивним, але з іншого, може дестимулювати місцеві органи влади у збільшенні обсягів власних надходжень.

Крім того, за половиною субвенцій з державного бюджету, що надходили у 2016–2017 роках з державного до місцевих бюджетів, місцеві органи виконавчої влади виконують фактично агентські функції, тобто нараховують допомоги, пільги

і субсидії в межах встановлених Кабінетом Міністрів України методик та отримують ресурс під фактично взяті зобов'язання для покриття відповідних витрат. Саме тому самостійність у використанні коштів місцевої влади зменшується [2].

Також згідно з законодавством з державного

бюджету на фінансування з місцевих бюджетів було передано багато державних закладів, але не надано для цього ніяких трансфертів і не закріплено податків або зборів. Через це було закрито деякі з них, оскільки ці зобов'язання не були підкріплені ніяким ресурсом.

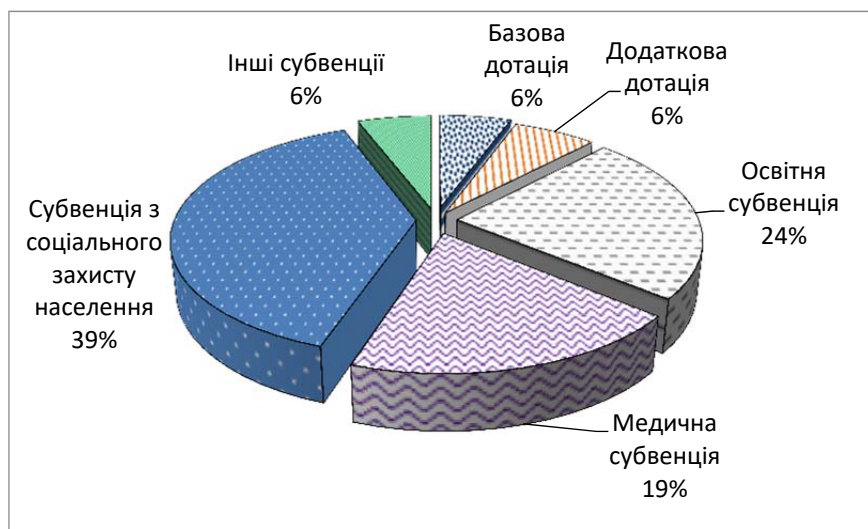


Рис. 4. Структура міжбюджетних трансфертів Закарпатської області у 2017 році [6]

Як бачимо з рис. 4, найбільшу частку в надходженнях офіційних трансфертів до бюджету Закарпатської області у 2017 році займала субвенція з соціального захисту населення – 39% і становила 3,6 млрд. грн.

Хоча ця субвенція і найбільша, але виявляється багато порушень, пов'язаних з її використанням. Найпоширенішим є безпідставне нарахування та виплата допомоги, що пов'язана з неповідомленням громадянами змін у фінансовому становищі, прорахунків під час нарахування субсидій та пільг. Саме тому потрібно вдосконалювати законодавство і посилювати контроль за цільовим використанням коштів [4].

Іншою за вагомістю статтею є освітня субвенція, обсяг котрої у 2017 році склав 2,2 млрд. грн. тобто 24% обсягу міжбюджетних трансфертів бюджету Закарпатської області. За цією субвенцією також відбуваються порушення, пов'язані з прорахунками керівників закладів, а також внесенням до кошторисів завищених обсягів видатків на харчування та заробітну плату. Також при розподілі цієї субвенції не враховуються потреби окремих закладів, що викликає дисбаланс у фінансуванні.

Не менш важливою виступає субвенція на охорону здоров'я, розмір якої у 2017 році склав 1,77 млрд. грн., а також 19% обсягу трансфертів з державного бюджету. Проблемами, котрі виникають при максимальному освоєнні коштів, є закупівля медикаментів у надлишкових обсягах, або придбання тих препаратів, потреба в яких була відсутня. Саме це викликає неефективне використання коштів та зумовлює надлишок медикаментів, які неможливо використати.

Хоча і помітний певний позитивний результат, але водночас система міжбюджетних відносин у 2017

році характеризувалася нестабільністю. Великою проблемою ефективності використання наданих бюджетних ресурсів є надходження трансфертів до місцевих бюджетів наприкінці бюджетного періоду. У 2017 році майже 28% всіх трансфертів були перераховані у листопаді – грудні, через це регіонами не виконано багато програм [3].

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Ефективність міжбюджетних відносин та бюджетного вирівнювання має забезпечуватися чітким розмежуванням дохідних і видаткових повноважень, а кожен рівень влади повинен мати достатні джерела доходів для реалізації покладених на них функцій. Крім того, в умовах реалізації концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади, місцеві органи влади мають прагнути до забезпечення фінансової стійкості місцевих бюджетів, що призведе до скорочення бюджетних дисбалансів територій, забезпечення максимально можливого наближення надання гарантованих послуг до їх безпосереднього споживача, і, в кінцевому результаті, сприятиме соціально-економічному розвитку України.

Проведений нами аналіз показав, що після проведення реформи міжбюджетних відносин виявилось багато позитивних та негативних аспектів. Реформа дозволила збільшити власні надходження місцевих бюджетів за рахунок закріплення за ними частини загальнодержавних податків та зборів. Це призвело до зменшення офіційних трансфертів у місцевих бюджетах і почало стимулювати регіони до пошуку альтернативних джерел доходів. Але виникли і певні проблеми, які пов'язані з порушеннями у

використанні субвенцій та дотацій з державного бюджету, а також неефективний розподіл цих трансфертів.

Отже, бюджетне регулювання посідає дуже важливе місце в системі управління бюджетними відносинами. В системі бюджетного регулювання існують значні проблеми, вирішення яких потребує багатьох змін, і в першу чергу вдосконалення законодавства. Необхідно також стимулювати створення об'єднаних територіальних громад, чітко

розмежувати повноваження органів місцевого самоврядування, а також унормувати надання дотацій та субвенцій. Також важливою проблемою залишається здійснення дійового контролю за цільовим використанням бюджетних коштів.

Дана тематика має перспективу дослідження, яке буде базуватись на вивченні оптимізації міжбюджетних відносин у контексті підвищення самостійності місцевих бюджетів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бюджетний кодекс України (у редакції від 28.12.2014 № 79-VIII зі змінами та доповненнями) // Інформаційно-пошукова система «Ліга» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.liga.net>.
2. Звіт про результати аналізу формування та використання міжбюджетних трансфертів з Державного бюджету України місцевим бюджетам у 2016-2017 роках [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ac-rada.gov.ua>.
3. Ігнатишин, М. В. Міжбюджетні трансферти як інструмент вирівнювання бюджетів України / М. В. Ігнатишин, В. М. Василенко // Науковий вісник Мукачівського державного університету. – Карпатська вежа, 2016. – №21(16). – С.157-169.
4. Лук'яненко, І. Г. Бюджетно-податкова політика України: нові виклики: [монографія] / І. Лук'яненко, М. Сидорович. – К.: НаУКМА, 2014. – 229 с.
5. Письменний, В. В. Міжбюджетні трансферти як інструмент фінансового вирівнювання територій / В. В. Письменний // Економіка та держава. – 2017. – №6. – С. 24-30.
6. Сайт Державної казначейської служби України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://treasury.gov.ua/main/uk/index>.
7. Shah, A. A Practitioner's Guide to Intergovernmental Fiscal Transfers / A. Shah. – Washington: World Bank Policy Research Working Paper, October 2006. – 51 p.

REFERENCES

1. Bjudzhetnyj kodeks Ukrai'ny [The Budget Code of Ukraine]. Retrieved from <http://www.liga.net> [in Ukrainian].
2. Zvit pro rezul'taty analizu formuvannja ta vykorystannja mizhbjudzhetnyh transfertiv z Derzhavnogo bjudzhetu Ukrai'ny miscevyim bjudzhetam u 2016-2017 rokah. Retrieved from: <http://www.ac-rada.gov.ua> [in Ukrainian].
3. Ignatyshyn, M. V., Vasylenko, V. M. (2016). Mizhbjudzhetni transferty jak instrument vyvijnjuvannja bjudzhetiv Ukrai'ny [Intergovernmental transfers as an instrument of equalization the budgets of Ukraine]. Naukovyj visnyk Mukachivs'kogo derzhavnogo universytetu – Scientific Bulletin of Mukachevo State University. 21(16), 157-169 [in Ukrainian].
4. Luk'janenko, I. G., Sydorovych M. (2014). Bjudzhetno-podatкова polityka Ukrai'ny: novi vyklyky [Budget and Tax Policy of Ukraine: New Challenges]. Kyi'v: NaUKMA [in Ukrainian].
5. Pys'mennyj, V. V. (2017). Mizhbjudzhetni transferty jak instrument finansovogo vyvijnjuvannja terytorij [Intergovernmental transfers as an instrument of financial equalization of territories]. Ekonomika ta derzhava, 6, 24-30.
6. Sajt Derzhavnoi' kaznachejs'koi' sluzhby Ukrai'ny [State Treasury of Ukraine]. Retrieved from <http://treasury.gov.ua/main/uk/index> [in Ukrainian].
7. Shah, A. A. (2006). Practitioner's Guide to Intergovernmental Fiscal Transfers. Washington: World Bank Policy Research Working Paper [in English].

Ігнатишин Марія Васильевна, Бурдюх Людмила Юриевна. МЕЖБЮДЖЕТНЫЕ ТРАНСФЕРТЫ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ МЕТОД БЮДЖЕТНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

Межбюджетные трансферты относятся к методам бюджетного регулирования, и в современных условиях занимают важное место в бюджетном регулировании. С вступлением в силу Бюджетного кодекса Украины они становятся одним из основных методов бюджетного регулирования, что отвечает опыту зарубежных стран. Межбюджетные трансферты играют принципиально важную роль в системе местных финансов: используются для того, чтобы доходы соответствовали расходным и полномочиям различных уровней власти. Основная проблема, которая сегодня характерна для этого инструмента финансового выравнивания в Украине – коррупционная составляющая (причем речь идет о злоупотреблениях чиновников при определении тех или иных целей, недостатке прозрачности и неудовлетворительной подотчетности общественности). На наш взгляд, межбюджетные трансферты должны стать ключевым фактором в создании такого механизма, который будет эффективно влиять на управление государственными и местными финансами, что обеспечит справедливость и эффективность предоставления общественных благ и услуг населению. Целью статьи является исследование теоретических основ функционирования межбюджетных трансфертов, анализ методов бюджетного регулирования и проблем, сложившихся в результате реформы межбюджетных отношений. С

целью проведения оценки финансовой состоятельности местных бюджетов на примере Закарпатской области проанализирована доля официальных трансфертов в доходах местного бюджета Закарпаття. Результаты исследования показали, что значительный рост субвенции местным бюджетам из государственного бюджета является положительным, но это приводит к дестимулированию местных органов власти в увеличении объемов собственных поступлений. Элементом научной новизны по результатам проведенного анализа, является обоснование основных проблем функционирования системы межбюджетных трансфертов в Украине. Данная тематика имеет перспективу исследования, которое будет базироваться на изучении оптимизации межбюджетных отношений в контексте повышения самостоятельности местных бюджетов.

Ключевые слова: бюджетное регулирование, местные бюджеты, межбюджетные трансферты, дотации, субвенции

Ihnatyshyn Maria V., Burdiuk Lyudmyla Yu. INTERBUDGETARY TRANSFERS AS AN EFFICIENT METHOD OF BUDGETARY REGULATIONS

Interbudgetary transfers relate to methods of budgetary regulation, in modern conditions occupy an important place in the process of budgetary regulation. With the entry into force of the Budget Code of Ukraine, they become one of the main methods of budget regulation, in line with the experience of foreign countries. Interbudgetary transfers play a crucial role in the system of local finance: they are used to ensure that revenues correspond to the expenditure powers of various levels of government. The main problem that today is characteristic of this financial equalization tool in Ukraine is the corruption component of spending (and this involves abuses of officials in determining certain goals, lack of transparency and poor public accountability). Today, intergovernmental transfers should be a key factor in creating such a mechanism that will effectively influence the management of state and local finances, which will ensure fairness and efficiency in the provision of public goods and services. The aim of the article is to study the theoretical foundations of the functioning of intergovernmental transfers, the analysis of budget regulation methods and the identification of problems that have arisen as a result of the reform of intergovernmental relations. In order to assess the financial solvency of local budgets by the example of the Transcarpathian region, the share of official transfers in local budget revenues of Transcarpathia has been analyzed. The results of the study showed that a significant increase in subventions to local budgets from the State budget is positive, but on the other hand it leads to discourage local authorities to increase their own revenues. An element of scientific novelty, based on the results of the analysis, is to highlight the main problems in the functioning of the system of intergovernmental transfers in Ukraine. This topic has the prospect of a study that will be based on the study of optimization of intergovernmental relations in the context of increasing the independence of local budgets.

Keywords: budgetary regulation, local budgets, intergovernmental transfers, subsidies, subventions.

Одержано 04.10.2018 р.

УДК 336:334:629.7(477):656(045)
DOI:10.31339/2313-8114-2018-2(10)-140-143

Соловей Надія Василівна,
к.е.н., доцент кафедри фінансів, обліку і аудиту,
Костюнік Олена Валеріївна,
кандидат економічних наук, доцент,
к.е.н., доцент кафедри фінансів, обліку і аудиту,
Національний авіаційний університет

АНАЛІЗ ЧИННИКІВ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ АВІАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Актуальність теми дослідження обумовлена тим, що на ефективність управління фінансово-господарської діяльності підприємства має безпосередній вплив організація прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Саме розуміння економічних явищ і процесів, їхні взаємозв'язки і взаємозалежність, уміння їх деталізувати, систематизувати і моделювати, визначати вплив факторів, оцінювати досягнуті результати, виявляти резерви підвищення ефективності функціонування підприємства. Метою статті є висвітлення методики комплексного аналізу фінансового стану підприємства, яка дозволяє проводити багатоваріантні розрахунки і вивчати стратегію управління фінансовим станом авіаційної організації. Саме аналіз господарської діяльності є тією галуззю знань, що найкращим чином поєднує всі науково-практичні надбання в сфері сучасного бізнесу. Аналіз забезпечує системне розуміння виробничо-фінансової діяльності підприємства. На основі використання методів економіко-статистичного аналізу встановлено взаємозв'язок між забезпеченістю запасів джерелами формування і сутністю фінансової стійкості, її зовнішнім проявом, а наслідком, відповідно, є платоспроможність (ліквідність) підприємства. Визначено причини необхідності проведення аналізу фінансових показників на підприємствах. Обов'язок кваліфікованого економіста, фінансиста, бухгалтера, аудитора та інших спеціалістів економічного профілю – добре володіти сучасними методами економічних досліджень, майстерно виконувати комплексний мікроекономічний аналіз. Завдяки знанню техніки і технології аналізу вони зможуть легко адаптуватися до змін ринкової ситуації і знаходити правильні рішення та відповіді. Встановлено практичну необхідність засвоєння основ економічного аналізу корисне для кожного, кому доводиться брати участь в ухваленні рішень або давати рекомендації для прийняття їх чи зазнавати на собі їхніх наслідків. Практична значущість полягає в тому, що аналіз фінансової стійкості за критерієм ступеня покриття запасів стабільними джерелами фінансування, а також за критеріями показників платоспроможності та ринкової стійкості показників грошового потоку дає змогу дістати повне уявлення про поточний та очікуваний рівні фінансової стійкості як найважливіші показники фінансового стану підприємства.

Ключові слова: аналіз; фінансовий стан; авіаційне підприємство; чинники; фінансова стійкість.

ВСТУП

Постановка проблеми. На кожному етапі життя компанії її важливою характеристикою є фінансова стійкість, яка характеризує рівень фінансового ризику і ступінь залежності компанії від позикового капіталу.

Поняття фінансової стійкості інтерпретується авторами по-різному. Ця різниця виражається саме в підході до визначення фінансової стійкості, де автори, маючи схожу точку зору на поняття, все-таки по-різному і по-своєму дають визначення фінансової стійкості. Залежно від цього з часом сформувалися і різні підходи до оцінки фінансової стійкості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам фінансово-економічної діяльності в умовах корпоративних, у тому числі авіапідприємств, присвячено наукові праці Астапової Г. В., Білик М. Д., Головка В. І., Мінченка В. А., Шарманської В. М., Кривова Г. О. Католиченка А. І., Омеляненка С. Л., Суворової І. М. та інших дослідників. Авторами розкрито сутність фінансового стану підприємств, визначено їх інноваційну спрямованість, розглянуто специфіку і доведено її прибутковий характер, досліджено напрями державного регулювання діяльності авіапідприємств, корпоративні механізми

управління фінансово-економічними процесами.

Проте, потребує глибшого дослідження проблема оцінювання фінансового стану авіатранспортних підприємств України.

Мета статті (постановка завдання). Мета статті – виявити причини та наслідки проблем, що виникають при оцінюванні фінансового стану підприємств авіаційної галузі України, визнавши це основою для прийняття рішень в процесі управління.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Негативно впливають на стан і розвиток економіки нашої країни анексія Криму, війна на Донбасі, нестабільна політична ситуація в державі. Для усунення негативних тенденцій економічного розвитку з метою підвищення стабільності держави і діяльності господарюючих суб'єктів необхідно сконцентрувати увагу на забезпеченні сталого розвитку організації як основного структурного елементу економічної системи України.

Щоб забезпечити «виживання» підприємства в умовах ринку, вищому менеджменту необхідно оцінювати можливі і доцільні темпи його розвитку з позиції фінансового забезпечення, виявляти доступні джерела фінансування, сприяючи тим самим стійкому

положенню і розвитку господарюючих суб'єктів. Грамотно проведений фінансовий аналіз дасть можливість виявити і усунути недоліки в складі і структурі активів і пасивів компанії і знайти можливі резерви залучення фінансових ресурсів, поліпшення фінансового стану компанії, її платоспроможності та фінансової стійкості в умовах постійно мінливого зовнішнього і внутрішнього середовища [5, с. 271].

Фінансова стійкість – це показник, який дозволяє оцінити стан розвитку підприємства, за якого обсяг його майна (активів) достатній для погашення зобов'язань, тобто підприємство платоспроможне. Іншими словами, фінансово стійке підприємство – це таке його становище, коли вкладені в підприємницьку діяльність ресурси окупаються за рахунок грошових надходжень від господарювання, а отриманий прибуток забезпечує самофінансування та незалежність підприємства від зовнішніх залучених джерел формування активів. Визначається фінансова стійкість відношенням вартості матеріальних оборотних активів (запасів та витрат) до величини власних та позикових джерел коштів для їх формування.

Для характеристики фінансової стійкості підприємства використовується система абсолютних та відносних показників. Найбільш узагальнюючими абсолютними показниками фінансової стійкості є відповідність або невідповідність (надлишок або нестача) джерел коштів для формування запасів і витрат, тобто різниця між сумою джерел коштів і сумою запасів та витрат.

Розрізняють такі види фінансової стійкості підприємства:

- абсолютна стійкість фінансового стану, коли власні джерела формування оборотних активів покривають запаси і витрати. При цьому наявність власних джерел формування оборотних активів визначається за балансом підприємства як різниця між сумою джерел власних та прирівняних до них коштів і вартістю основних фондів та інших необоротних активів;

- нормальний стійкий фінансовий стан, коли запаси і витрати покриваються сумою власних джерел формування оборотних активів і довгостроковими позиченими джерелами;

- нестійкий фінансовий стан, коли запаси і витрати покриваються сумою власних джерел формування оборотних активів, довгострокових позикових джерел, короткострокових кредитів і позик;

- кризовий фінансовий стан, коли запаси і витрати не покриваються всіма видами можливих джерел їх забезпечення (власних, позикових та ін.), підприємство перебуває на межі банкрутства.

Узагальнюючи різноманітні визначення і враховуючи особливості авіаційних підприємств, можна зробити висновок, що фінансова стійкість це здатність авіаційного підприємства функціонувати на основі ефективного управління фінансовими ресурсами за рахунок адекватного реагування на зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищі. Основними критеріями, що дають змогу визначати рівень фінансової стійкості підприємства, є його прибутковість у межах, достатніх для здійснення

відтворювальних процесів, здатність забезпечувати сталий у часі рівень платоспроможності за рахунок раціонального співвідношення джерел фінансування.

Доцільними є аналіз і систематизація чинників, що впливають на стан фінансової стійкості авіапідприємства. Розглянемо чинники зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на фінансову стійкість авіакомпанії.

Для визначення ступеня впливу складників зовнішнього середовища на фінансову стійкість авіапідприємству необхідно сформувати спеціальну систему моніторингу зовнішнього середовища, який може здійснюватися як у рамках спеціальних спостережень, так і носити регулярний характер. Необхідним є не тільки оцінка стану чинників зовнішнього середовища на даний момент, а й прогнозування трендів розвитку цих чинників на майбутнє [3, с. 6].

Суттєвим кроком є визначення сили впливу і його наслідків для авіапідприємства, і це можливо за наявності на підприємстві професійних фінансових аналітиків і узгодження їх дій зі спеціалістами у сфері стратегічного менеджменту і вищим керівництвом. При цьому важливо враховувати, що зміна чинників потребує системного підходу до їх оцінки, враховуючи їх взаємозв'язок і взаємний вплив, що означає, що зміна хоча б в одному складнику призводить до змін у всіх інших. Підприємству необхідно визначитися, вплив яких чинників на фінансову стійкість може бути найбільш суттєвим і якого роду: як джерело додаткових можливостей чи, навпаки, можливих загроз.

Внутрішнє середовище авіаційного підприємства включає чинники, що безпосередньо впливають на його діяльність, і являє собою складну систему елементів і зв'язків між ними, яким повинна постійно приділятися увага управлінського персоналу [5, с. 146].

Очевидно, що для забезпечення прийнятного рівня фінансової стійкості авіапідприємства необхідно не тільки приділення уваги чинникам фінансового складника, а й іншим компонентам внутрішнього середовища, які в сукупності являють собою весь господарський механізм підприємства, заснований на раціональній взаємодії виробничих, фінансових, організаційних, кадрових та маркетингових структур.

Інтерпретація підсумкового фінансового стану за В. Я. Поздняковим, У. Бівером або традиційним підходом може бути утруднена через неясності кінцевого результату підходу, вираженого бальною системою. Тому слід додатково досліджувати фінансові документи для прояснення кінцевого результату.

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Використовуючи традиційний підхід, необхідно більш ретельно вибирати коефіцієнти, які увійдуть в підсумковий інтегральний показник, і використовувати один і той же набір показників при порівнянні різних підприємств між собою.

А вирішивши оцінити фінансову стійкість за У.

Бівером, необхідно пам'ятати, що для визначення підсумкового фінансового стану слід не тільки зіставляти отримані по кожному окремому коефіцієнту результати, але і перевіряти ці результати, провівши додаткові розрахунки. Інакше чітке розмежування нормативних значень за окремими показниками і фінансових станів згідно з ними, введе в оману і не дасть остаточної відповіді про сукупну фінансову ситуацію на підприємстві [2, с. 63].

Механізму управління фінансовою стійкістю авіапідприємства властивий постійний динамізм, зумовлений необхідністю адаптації до змін усіх його складників, для яких характерні постійна взаємодія, розвиток та вдосконалення.

На нашу думку, умовою ефективного функціонування механізму управління фінансовою стійкістю авіапідприємств є дотримання таких вимог:

- 1) відповідність і узгодження із загальною

системою управління авіапідприємством;

- 2) орієнтація на досягнення стратегічних цілей розвитку авіапідприємства;

- 3) ефективність та безперервність функціонування;

- 4) високий рівень компетентності персоналу, що забезпечить відповідний рівень якості прийняття і реалізації рішень;

- 5) здійснення планування, регулювання та контролю всіх етапів процесу управління фінансовою стійкістю, що дасть змогу вчасно застосувати необхідні коригувальні заходи.

В умовах економічної кризи підтримання фінансової стійкості на достатньо високому рівні потребує впровадження систематичного управління комплексом заходів щодо запобігання зниження рівня цієї характеристики підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Базилінська, О. Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика [навч. посіб.] / О. Я. Базилінська. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 328 с.
2. Глазунов, М. И. Оценка финансовой устойчивости коммерческой организации на основе данных бухгалтерского баланса / М. И. Глазунов // Экономический анализ: теория и практика. – 2009. – №21 (150). – С. 58-65.
3. Любушин, Н. П. Анализ методов и моделей оценки финансовой устойчивости организаций / Н. П. Любушин, Н. Э. Бабичева, А. И. Галушкина, Л. В. Козлова // Экономический анализ: теория и практика. – 2010. – №1 (166). – С. 3-12.
4. Поздняков, В. Я. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий: Учебник / В. Я. Поздняков. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 617 с.
5. Соловей, Н. В. Фінансовий стан авіатранспортних підприємств України / Н. В. Соловей // Молодий вчений / №9(61) вересень 2018. – Херсон: Вид-во «Молодий вчений», 2018. – 527 с.
6. Цал-Цалко, Ю. С. Фінансовий аналіз: [навч. посіб.] / Ю. С. Цал-Цалко, Ю. Ю. Мороз, О. Г. Денисюк. – Житомир, 2012. – 609 с.
7. Шеремет, А. Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций / А. Д. Шеремет, Е. В. Негашев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 208 с.

REFERENS

1. Bazilinska, O. Ya. (2009). Finansovyi analiz: teoriia ta praktyka [Financial Analysis: Theory and Practice]. Kiev: Tsentr uchbovoi literatury [in Ukrainian].
2. Hlazunov, M. Y. (2009). Otsenka fynansovoi ustoichyvosty kommercheskoi orhanyzatsyy na osnove dannykh bukhgalterskoho balans. Ekonomycheskyi analiz: teoriya y praktyka – Economic Analysis: Theory and Practice, 21(150), 58-65 [in Russian].
3. Liubushyn, N. P. Babycheva, N. E., Halushkyna, A. Y., Kozlova, L. V. (2010). Analiz metodov y modelei otsenky fynansovoi ustoichyvosty orhanyzatsyi [Analysis and diagnostics of financial and economic activity of enterprises]. Ekonomycheskyi analiz: teoriya y praktyka – Economic Analysis: Theory and Practice, 1 (166), 3-12 [in Russian].
4. Pozdniakov, V. Ya. (2014). Analiz y dyahnostyka fynansovo-khoziaistvennoi deiatelnosti predpriyati. [Analysis and diagnostics of financial and economic activities of enterprises]. Moscow: NYTs YNFRA-M [in Russian].
5. Solovei, N. V. (2018). Finansovyy stan aviatransportnyh pidpryemstv Ukrai'ny [Financial condition of air transport enterprises of Ukraine]. Molodyi vchenyi – Young Scientist, 9(61), 527 [in Ukrainian].
6. Tsal-Tsalko, Yu. S., Moroz, Yu. Yu., Denysiuk, O. H. (2012). Finansovyi analiz [Financial analysis]. Zhytomyr [in Ukrainian].
7. Sheremet, A. D., Nehashev, E. V. (2016). Metodyka fynansovoho analyza deiatelnosti kommercheskykh orhanyzatsyi [Methods of financial analysis of commercial organizations]. Moscow: YNFRA-M [in Russian].

Соловей Надежда Васильевна, Костюник Елена Валериевна. АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ АВИАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что на эффективность управления финансово-хозяйственной деятельности предприятия имеет непосредственное влияние организация принятия обоснованных управленческих решений. Именно понимание экономических явлений и процессов, их взаимосвязи и

взаимозависимость, умение их детализировать, систематизировать и моделировать, определять влияние факторов, оценивать достигнутые результаты, выявлять резервы повышения эффективности функционирования предприятия. Целью статьи является освещение методики комплексного анализа финансового состояния предприятия, что позволит проводить многовариантные расчеты и изучать стратегию управления финансовым состоянием авиационной организации. Именно анализ хозяйственной деятельности является той областью знаний, наилучшим образом сочетает все научно-практические достижения в сфере современного бизнеса. Анализ обеспечивает системное понимание производственно-финансовой деятельности предприятия. На основе использования методов экономико-статистического анализа установлена взаимосвязь между обеспеченностью запасов источниками формирования и сущностью финансовой устойчивости, ее внешним проявлением, а следствием, соответственно, является платежеспособность (ликвидность) предприятия. Определены причины необходимости проведения анализа финансовых показателей на предприятиях. Обязанность квалифицированного экономиста, финансиста, бухгалтера, аудитора и других специалистов экономического профиля – хорошо владеть современными методами экономических исследований, мастерски выполнять комплексный микроэкономический анализ. Благодаря знанию техники и технологии анализа они смогут легко адаптироваться к изменениям рыночной ситуации и находить правильные решения и ответы. Учитывая проведенное исследование установлено, практическую необходимость усвоения основ экономического анализа полезно для каждого, кому приходится участвовать в принятии решений или давать рекомендации для принятия их или испытывать на себе их последствий. Практическая значимость заключается в том, что анализ финансовой устойчивости по критерию степени покрытия запасов стабильными источниками финансирования, а также по критериям показателей платежеспособности и рыночной устойчивости показателей денежного потока позволяет получить полное представление о текущем и ожидаемом уровне финансовой устойчивости как важнейшие показатели финансового состояния предприятия.

Ключевые слова: анализ; финансовое состояние; авиационное предприятие; факторы; финансовая устойчивость.

Solovei Nadiia V., Kostunuk Olena V. ANALYSIS OF FINANCIAL STABILITY FACTORS OF AVIATION ENTERPRISES

The urgency of the research topic is due to the fact that the efficiency of management of financial and economic activity of the enterprise has a direct influence on the organization of the adoption of sound management decisions. It is the understanding of economic phenomena and processes, their interconnections and interdependence, their ability to detail, systematize and simulate, determine the influence of factors, evaluate the results achieved, and identify the reserves for improving the efficiency of the enterprise. The purpose of the article is to highlight the methodology of a comprehensive analysis of the financial condition of the enterprise to allow for multivariate calculations and to study the strategy of managing the financial condition of the aviation organization. It is the analysis of economic activity that is the area of knowledge that best combines all the scientific and practical achievements in the field of modern business. The analysis provides a systematic understanding of the production and financial activity of the enterprise. On the basis of the use of methods of economic and statistical analysis, the relationship between stock availability and sources of formation and the essence of financial stability, its external manifestation, and consequently, the solvency (liquidity) of the enterprise. The reasons of necessity of the analysis of financial indicators at the enterprises have been determined. The duty of a qualified economist, financier, accountant, auditor and other specialists in the economic field is to have a good command of modern methods of economic research, to master the complex microeconomic analysis. Thanks to the knowledge of technology and analysis technology, they can easily adapt to changes in the market situation and find the right solutions and answers. Given the study, the practical feasibility of mastering the foundations of economic analysis is useful for anyone who has to participate in decision-making or to make recommendations for their adoption or their consequences. The practical significance is that the analysis of financial sustainability by the criterion of the degree of coverage of stocks by stable sources of funding, as well as by the criteria of solvency indicators and market stability of the cash flow indicators gives an opportunity to get a complete picture of the current and expected levels of financial stability as the most important indicators of the financial situation of the enterprise.

Keywords: analysis; financial position; aviation enterprise; factors; financial stability.

Одержано 31.10.2018 р.

ФОРЕНЗІК – ІНСТРУМЕНТ ФІНАНСОВОГО РОЗСЛІДУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Відсутність системи зовнішнього і внутрішнього контролю може згубно позначитися на бізнесі - за оцінками експертів, українські підприємства втрачають близько третини річної виручки. Але, як відомо, будь-яке правопорушення залишає фінансовий слід. Проаналізувати внутрішнє середовище підприємства, зокрема виявити шахрайські схеми, сумнівні угоди, нечистих на руку співробітників шляхом дослідження первинної документації, а також вивчити зовнішнє середовище (потенційних контрагентів, пов'язаних осіб, динаміку зростання фінансового стану топ-менеджменту компанії і їх афілійованих осіб) дозволяє такий відносно новий для України інструмент, як форензик. Метою статті є обґрунтування шляхів використання та впровадження послуг форензик у забезпечення господарської діяльності підприємства, визначенні пріоритетів цільових напрямів фінансових розслідувань. Основні результати дослідження висвітлені за допомогою діалектичного методу щодо пізнання економічних явищ і теоретичних засад, системного підходу. У статті піднімаються актуальні для вітчизняної економіки питання організації та проведення форензик – розслідування фінансового шахрайства підприємств. Розглянуто його теоретичні основи, природа і види шахрайства, етапи та основи методики проведення. Обґрунтовано, що у сучасному розумінні «форензик» – це комплекс заходів системи контролю. З одного боку, ці заходи спрямовані на запобігання вчинення протиправних дій, здійснюваних посадовими особами компанії (менеджментом), а також на припинення зловживання службовим становищем. З іншого боку, вони направлені на розслідування фактів шахрайства, внаслідок яких репутації підприємства було завдано збитків або ж це спричинило за собою істотні фінансові втрати. Одержані результати дослідження є передумовою пролонгації роботи над методологією, яка повинна бути максимально адаптована до формату управління ризиком фінансових зловживань та нейтралізації його наслідків. Перспективи подальших досліджень полягають у розробці практичних аспектів формування системи безпеки в контексті аналізу поведінкових індикаторів шахрайства та методології інтелектуального аналізу даних за використання спеціалізованих інструментів.

Ключові слова: форензик; шахрайство, методи фінансового розслідування, внутрішній контроль, проведення інтерв'ю, аналітичні процедури, інтелектуальний аналіз даних.

ВСТУП

Постановка проблеми. При здійсненні фінансово-господарської діяльності підприємство часто стикається з неправомірними діями співробітників, з фінансовими махінаціями, шахрайством і різними ризиками, що знижує фінансовий результат.

Для виявлення ризику, природи його виникнення, недостатньо використання лише стандартних методів аудиту, оскільки нерідко шахрайство є продуманим процесом, який супроводжується спеціальними і винахідливими заходами щодо його приховування.

В умовах недосконалого контролю всі ці особливості можуть створювати підґрунтя для виникнення високої схильності порушення фінансового законодавства та інших норм права при виконанні своїх обов'язків, дозволяючи співробітникам здійснювати спотворення при відображенні господарських операцій та складання звітності.

Отже, потрібно впроваджувати методики для виявлення фактів шахрайства всередині підприємства, а також виявлення та припинення фінансових злочинів з боку контрагентів. Керівництву організації поряд зі стандартними методами аудиту потрібно вдаватися до методів спеціалізованого фінансового контролю і ревізії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблематикою формування та застосування методології фінансових розслідувань займаються багато зарубіжних науковців, а також аудиторські компанії. У виданні «A guide to forensic accounting investigation» цілий колектив американських авторитетних фахівців розглядають проблеми проведення незалежного фінансового розслідування. Серед них варто виділити Т. В. Голдена, С. Л. Скалака, М. М. Клайтон (практикуючі фахівці, партнери PricewaterhouseCoopers LLP).

За результатами огляду останніх досліджень і публікацій виявлено невирішену частину проблеми у сфері аналітичного забезпечення, що полягає у відсутності розроблених методик для аналізу стану господарської діяльності на мікро- та макрорівні, які б враховували динаміку розвитку ситуативних ризиків господарської діяльності та міру їх впливу на господарські процеси.

Мета статті (постановка завдання). Основною метою статті є обґрунтування шляхів використання та впровадження послуг форензик у забезпечення господарської діяльності підприємства, визначенні пріоритетів цільових напрямів фінансових розслідувань.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

На сучасному етапі розвитку ринкових

відносин, особливо значущою галуззю знань, що стоїть на стику юриспруденції, обліку і аудиту, статистики, психології, менеджменту, судової бухгалтерії стає форензік (forensic accounting), який розуміється як фінансове розслідування.

Відповідно до практики вітчизняного законодавства, кожний економічний суб'єкт зобов'язаний організувати і проводити внутрішній контроль ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності, який у поєднанні з методологією форензік дозволяє впровадити нові методики фінансових розслідувань для їх застосування у вітчизняному економічному просторі.

З метою формулювання економічного змісту фінансових розслідувань, в контексті форензік, здійснимо ретроспективний аналіз ознак фальсифікацій та мотивування до них відомих вчених-економістів. Так, Т. В. Голден зосереджує увагу на тому, що при наданні форензік-послуг необхідно досліджувати психологію шахрайства, зрозуміти, яким чином суб'єкт приймає рішення про вчинення фінансового злочину і які чинники на підприємстві створюють передумови для виникнення ризику зловмисних дій. Т. В. Голден виявляє потенційні помилки, які можуть здійснювати керівництво і аудиторі, підозрюючи співробітників в неправомірних діях. Однією з найважливіших складових форензік, на його думку, є проведення інтерв'ю. Крім того, автор вважає, що необхідно оцінювати доцільність передачі матеріалів за результатами розслідування в слідчі органи і формує на основі американської судової практики критерії такої оцінки [1]. С. Л. Скалак значною мірою концентрується на схемах спотворення звітності, підкреслюючи, що їх знання в процесі аналізу необхідні для виявлення шахрайства [1]. М. М. Клайтон займається питаннями методики форензік: формування плану проведення, методики збору і захисту інформації, а також перераховує основні ознаки зловживань. Автор розглядає аналіз баз даних як невід'ємну технологію фінансового розслідування і пропонує способи тестування даних [1]. Інші автори видання «A guide to forensic accounting investigation» звертають увагу на проблеми взаємодії форензік і внутрішнього аудиту (Д. Д. Бартолуччі), а також розкриття фактів шахрайства стосовно виручки і доходів (Дж. Дж. Френк, Д. Дженсен) [1]. Доктор Дж. А. Меннінг, практикуючий фахівець і дослідник шахрайства, в своїй роботі «Financial investigation and forensic accounting», крім вивчення питань застосування аудиторського та аналітичного методів в форензік, підходить до даної сфери знань з боку економіки злочинів, маючи на увазі раціональність злочинця і його вибір на користь зловживань.

На думку професора судової криміналістики технічного університету Колорадо Г.А. Паско, ідеї якого відображені в роботі «Criminal financial investigation», форензік повинен включати непрямі методи доказів шахрайства (експертизу паперових документів, їх огляд на наявність перших ознак підробок) [2].

Доктор С. К. Дута, професор обліку, фінансового законодавства і оподаткування в університеті Нью-Йорка в роботі «Statistical techniques

for forensic accounting: understanding the theory and application of data analysis» концентрується на застосуванні в форензік статистичних та аналітичних методів аналізу фінансової звітності, а саме дискретного і безперервного розподілу ймовірностей, теорії і методів відбору [3].

Для вивчення і аналізу особливостей форензік, необхідно точно розуміти, що охоплює дане поняття. Фінансове розслідування (financial investigation / forensic accounting) [4, с. 112] перш за все, в широкому розумінні, це ефективний інструмент, застосування якого дозволяє значно знизити ризики вчинення фінансових злочинів. Форензік (forensic accounting) – комплексне всебічне дослідження фінансово-господарської діяльності економічного суб'єкта, мета якого полягає у виявленні різних фактів шахрайства, фінансових махінацій, інших неправомірних дій, як з боку управлінського апарату, так і з боку інших співробітників, а також інших третіх осіб, крім того запропонувати систему заходів щодо їх мінімізації [5, с. 113].

З метою практичного застосування даного підходу виявлення зловживань розглянемо основні підходи і методи проведення аналізу форензік, які умовно можна розділити на наступні етапи:

Попередній етап, що включає виконання наступних дій:

1. Проведення попередньої експертизи бізнесу клієнта: історію функціонування підприємства, спрямованість діяльності, його розмір, а також прес-релізи. На підставі дослідження організаційної структури складаються органіграми для з'ясування розподілу повноважень і обміну інформацією. Первинна оцінка також включає визначення типів можливих ризиків шахрайства, виходячи з можливості отриманої інформації.

2. Визначення взаємовідносин з контрагентами та перевірка можливих конфліктів. У західній практиці ця дія є однією з трьох адміністративних заходів на попередньому етапі (relationship review and conflict check) [1, с. 297]. Її зміст полягає у перевірці існуючого зв'язку і виявленні потенційних конфліктів.

3. Підготовка спеціального листа клієнту. Спеціальний (Engagement letter) лист – друга адміністративна міра на попередньому етапі [1, с. 297], що включає обов'язкові елементи, які містять необхідну інформацію: набір послуг, що надаються, цінова політика, звіти аудиторських перевірок і інша інформація, що може містити складові для проведення фінансового розслідування, виходячи з перших двох дій.

4. Узгодження схеми взаємодії з клієнтом. Сторони детально обговорюють умови, необхідні для початку фінансового розслідування (тимчасові рамки, доступ до інформації, можливість відриву співробітників від виробництва та ін.). Час проведення перевірок і винесення результатів залежить від характеру зловживання, його локалізації та збору достатньої кількості інформації. Тому зацікавлений суб'єкт не може обмежувати тимчасові рамки і повинен бути готовим до тривалого пошуку і процесу підтвердження фактів шахрайства.

5. Угода про платіжний цикл. Оплата послуг

Форензік (Billings / fees) – третій адміністративний захід підготовчого етапу. Швидше за все, компанія, що надає послуги з фінансових розслідувань, попередньо не визначить рахунок за свої послуги, форензік-сервіс в основному практикує платіжний цикл, тобто оплату за певну фазу виконаної роботи або тимчасової період (день, тиждень) [1, с. 298].

Аналітичний етап. На даному етапі відбувається збір і аналіз отриманої від клієнта інформації. В ході другого етапу послідовність здійснюваних дій виглядає наступним чином:

1. Проведення інтерв'ю із співробітниками клієнта, що вимагає високої підготовки, пошуку потрібного стилю і манери спілкування [5]. Інтерв'юер також повинен попередньо отримати початкові відомості про співробітників, з метою визначення загального типу проведення, що має принципову різницю [1, с. 287]: the information-seeking interview – легке інтерв'ю, мета якого – отримати необхідну інформацію від співрозмовника; the admission-seeking interview – найбільш складний вид інтерв'ю, спрямований на визнання співрозмовника в неправомірних діях.

2. Виконання аналітичних процедур. Після отримання необхідної інформації форензік-експерт приступає до складної і тривалої стадії аналітичних процесів: аналіз політик і регламентів підприємства; аналіз основних бізнес-процесів; аналіз системи внутрішнього контролю.

Аналітичні процедури визнані одними з найбільш дієвих методів розслідування, коли предмет розслідування, швидше за все, повинен бути відображений в бухгалтерському обліку та фінансовій звітності. Дані процедури є головними для більшості видів економічних злочинів, і, відповідно, спеціаліст стикається з розслідуваннями, в яких вони необхідні. Аналітичні методи мають спільну мету виявлення несподіваних зв'язків, тому, в даному сенсі вони можуть бути корисні на початку розслідування, щоб допомогти його логіці [6].

У міру того, як просувається розслідування і стають зрозумілими шахрайські схеми, аналітичні процедури можуть також використовуватися для визначення областей подальшого розслідування. Зважаючи на великий обсяг угод, що здійснюються кожного дня, не представляється можливим вивчення управління кожної угоди, тому, здебільшого, аналітичні процедури зосереджені на окремих елементах фінансової звітності, які могли бути «перекручені» в результаті шахрайства.

Отже, поєднання аналітичних методів з інтуїтивними процесами створює логічну основу для виявлення ознак шахрайства. При розробці ефективних аналітичних процедур здійснюються наступні дії: будується система очікувань; визначається наявність істотного відхилення від очікувань, обчислюється різниця.

Побудова системи очікувань. Щоб побудувати систему очікувань, необхідно розглянути наявну інформацію: різні результати за всю історію діяльності, галузеві тенденції, прогнози різних сум, загальні економічні умови. Збіг рахунків балансу з історичними результатами може не мати логіки.

Необхідно враховувати чинники зовнішнього середовища, які могли б допомогти пояснити, чому відповідність з попередніми показниками в минулі роки різняться [1, с. 320]. Досвід також показує, що очікування керівництва, які полягають лише в досягненні бажаних показників в звіті про прибутки і збитки, можуть привести до шахрайської діяльності у фінансовій звітності, яка залишається непоміченою саме тому, що очікування буде виправдано.

Наявність істотного відхилення. Щоб визначити, що результат є істотним на відміну від очікувань, здійснюється аналіз сальдо рахунку, розглядається ризик спотворення, пов'язаного з цим сальдо, і навіть елементи управління [1, с. 320]. Кожен з цих чинників може вплинути на визначення суттєвої різниці. При розгляді питання про визначення істотних відмінностей враховуються суми як всієї фінансової звітності, так і невеликі операції в рядках бухгалтерського балансу, які також можуть зробити істотний вплив на фінансову звітність загалом.

Обчислення відхилень. Щоб обчислити різницю застосовується математичний аналіз або аналітичні процедури, що спираються на повноту базової інформації, на якій ґрунтується аналіз [1, с. 320]. Шахрайські угоди зазвичай не проходять через систему стримувань і противаг: включення або виключення пункту, узгоджується між відповідною реєстрацією господарських операцій, виступаючи загальним методом для приховування.

Отримання роз'яснень від керівництва і співробітників. Для дослідження різниці в цілях формулювання висновків, форензік розглядає питання про отримання роз'яснень від керівництва, що стосуються виявлених відмінностей. Пояснення повинні бути підтверджені доказами або іншими співробітниками компанії не в фінансово-звітному ключі [1, с. 321].

Дослідження та аналіз баз даних. Data mining (інтелектуальний аналіз даних) використовується за допомогою спеціалізованого програмного забезпечення для визначення і перегляду незвичайних тенденцій даних. Незалежно від розміру підприємства, їх більшість тримають дані транзакцій в електронних форматах [7, с. 254].

У сучасних компаніях застосовуються комплексні ERP-системи, в яких зберігаються величезні масиви даних логістики, бухгалтерського обліку, юридична і комерційна інформація, відомості про співробітників, а також інші дані. Такі ERP-системи дозволяють писати програми для систематизації і вивантаження потрібних даних, необхідних для аналізу.

Специфіка будь-якого запиту даних, як правило, залежить від характеру організації і його систем, а також від характеру потенційного шахрайства. Загальний список перевірки повинен включати наступні дії [3, с. 27]:

primary key (первинний ключ) – найбільш важливим елементом будь-якого вилучення даних є первинний ключ, який представляє собою поле, яке ідентифікує кожен запис в наборі даних;

foreign keys (зовнішні ключі) – використовуються, коли дані представляють собою

більш ніж одну таблицю, вони забезпечують зв'язок їх власних таблиць з первинним ключем іншої таблиці;

lookup tables (таблиці пошуку) – в той час як зовнішні ключі часто присутні в добуванні основних даних, відповідна довідкова таблиця відсутня;

row count (контроль рядків) – кількість витягнутих з бази рядків має збігатися з кількістю рядків, запитуваних у клієнта;

hash totals (контрольне підсумовування) – кількості, отримані підсумовуванням елементів, витягнутих з масивів даних повинні збігатися з сумами, запитаними у керівництва. Це буде доказом того, що дані не були скомпрометовані від системи клієнта в базу дослідження;

data specification/data dictionary (специфікація даних/словник даних) – адміністратор системи має забезпечувати короткий опис кожного поля всередині таблиць. Це виключає можливість неточних розрахунків, якщо існують сумніви на рахунок змісту ключових полів;

extraction specification (підтвердження даних) – якщо результати вилучення видаються за запитом.

Оціночний етап. На третьому етапі відбувається виявлення і оцінка недоліків в системі внутрішнього контролю, в процесі якого вивчаються головні складові даної системи – контрольне середовище, оцінка ризиків, контроль діяльності, інформація, комунікація і моніторинг.

Контрольна середовище (the control environment) основа для всіх інших компонентів внутрішнього контролю, забезпечуючи дисципліну і організаційну структуру, а також обізнаність про дії персоналу [1, с. 39].

Форензик вивчає чинники контрольного середовища, виявляючи «слабкі місця». В ході фінансового розслідування оцінюються цілісність середовища управління, етичні цінності і компетентність співробітників організації, філософія і стиль роботи керівництва, підхід керівництва до призначення повноважень і відповідальності, а також політика розвитку і організації роботи персоналу.

Оцінка ризиків (risk assessment) – важливий елемент, оскільки компанія має потребу в ефективній методиці оцінки ризиків для визначення способу управління і контролю за ними. Вивчення експертами економічного клімату, в якому знаходиться підприємство, галузевих умов, а також операційного циклу необхідно для винесення рекомендацій щодо вдосконалення механізму управління ризиками органами внутрішнього контролю [1, с. 39].

Контроль діяльності (control activities) визначається в рамках всієї організації на всіх рівнях і у всіх функціях, сприяючи тому, щоб політика, процедури та інші директиви управління дотримувалися на належному рівні [1, с. 40]. Доводиться оцінити ефективність внутрішньо-фірмових нормативних актів, проведення перевірок, а також контролю за діяльністю співробітників і розподілом обов'язків.

Інформація та комунікації (information and communication) актуальні в тому відношенні, що успіх роботи та управління бізнесу, як правило, вимагає підготовки і передачі необхідної і своєчасної

інформації. Ця функція спирається частково на інформаційні системи, які формують звіти та містять оперативні, фінансові дані, необхідні для прийняття обґрунтованих рішень. Комунікації повинні бути всеосяжними, мати структуру вертикально-горизонтального типу в рамках всієї організації так, щоб співробітники розуміли взаємозв'язок [1, с. 40].

Форензик направлений на дослідження всіх потоків інформації всередині підприємства, а також взаємодії з зовнішніми сторонами, такими як клієнти, постачальники, що регулюють органи, інвестори, і іншими зацікавленими особами. В результаті такої оцінки оцінюється якість існуючих зав'язків, що можуть вони створювати підґрунтя для виникнення шахрайства, і готують пропозиції з регулювання процесу обміну інформацією.

Моніторинг (monitoring) важливий, оскільки управлінський апарат слід регулярно оцінювати, як систему внутрішнього контролю з метою пошуку вдосконалення [1, с. 40]. Форензик, в свою чергу, спрямований на тестування системи внутрішнього моніторингу на предмет сприйнятливості до змін і розробляє методи підвищення її ступеня.

За підсумками оцінки системи внутрішнього контролю, а також виходячи з результатів проведення інтерв'ю, аналітичних процедур і дослідження баз даних, форензик може здійснювати огляд первинних документів для виявлення перших ознак зловживань, а також прийняти рішення про необхідність призначення експертизи з метою виявлення підробок і встановлення відповідного факту. Дані заходи проводяться для одержання достатніх доказів обвинувачення в шахрайстві.

Отже, після проведення перших трьох етапів фінансового розслідування, форензик встановлює факт шахрайства співробітників або вказує на ризикові дії можливого фінансового злочину під час функціонування економічного суб'єкта. Наступним та завершальним етапом проведення форензик виступають рекомендації щодо подальших дій та складений звіт.

Надання рекомендацій. Після того як встановлено факт шахрайства та виявлено загрози виникнення фінансових злочинів, настає етап розробки рекомендацій щодо внесення змін в систему внутрішнього контролю з метою запобігання зловживань. На даному етапі створюється спеціальна система управління ризиками, пропонуються шляхи вдосконалення роботи з програмними продуктами.

З урахуванням виявленого факту шахрайства та особливостей функціонування економічного суб'єкта моделюються можливі сценарії виникнення фінансових злочинів, а також звертається увага на потенційно помилкові дії, які можуть бути здійснені керівництвом при підозрі співробітників в шахрайстві. Крім того, можуть бути надані роз'яснення про доцільність передачі доказів по виявленому злочину до судового провадження. Рекомендації можуть включати аспекти ключових компетенції, що мають бути наділені певні співробітники.

Заключний етап (звітний). Форензик – сервіс фінансового розслідування, за підсумками виконаної роботи, повинен документально зафіксувати всі дії, які

виконувались в процесі надання послуг, а також результати цих процесів і запропоновані рекомендації. Всі складені звіти в процесі розслідування, необхідна документація на паперових носіях, докази скоєння шахрайства, а також винесені рекомендації зшиваються в одну справу, а аркуші нумеруються.

Перелік можливої звітної документації, представлений наступним чином: звіт про проведення інтерв'ю; звіт про проведення аналітичних процедур; звіт за результатами аналізу баз даних; звіт про встановлені факти шахрайства з доказами; узагальнення докладних матеріалів про ризики шахрайства і їх величини; перелік недоліків внутрішнього контролю процесів і результатів; можливі сценарії і схеми шахрайства; рекомендації про систему управління ризиками; рекомендації про застосування програмних продуктів; звіти, що містять інші винесені рекомендації.

Отже, за результатами представлених звітів, можна помітити, що у замовників форензик, можуть виникати різні підозри щодо компетентності співробітників, достовірності звітності, випадків різних шахрайських дій, наявності істотних ризиків їх виникнення, слабких місць в управлінні організацією. У зв'язку з цим з'являється підґрунтя для застосування різноманітних підходів і методів, що дозволяє їх комбінувати, вдосконалювати комбінації, а також синтезувати нові.

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Важливо відзначити, що послуги форензик

можуть надаватися в різних формах і бути частиною інших послуг, наприклад, передінвестиційного аналізу (Due diligence), розслідування, спрямованого на виявлення причин банкрутства (bankruptcy fraud). Поряд з поняттям forensic accounting також існує термін forensic audit [8], під яким зазвичай розглядають дослідження і оцінку фінансової інформації суб'єкта, економічну діяльність, результати яких можуть бути використані як докази в суді.

Система форензик-послуг в країнах Заходу інтенсивно розвивається поряд з комп'ютерними технологіями. За допомогою аналізу і критичного узагальнення досвіду застосування форензик-методів в компаніях англо-саксонської системи обліку, виникає можливість знайти шляхи адаптації даних методів на вітчизняному економічному просторі.

Для розвитку методик форензик необхідні інтенсивна взаємодія і співпраця незалежних аудиторів з керівництвом внутрішнього контролю, менеджментом економічного суб'єкта загалом, а також з іншими співробітниками. Метод проведення може залежати і від специфіки діяльності організації, галузі, в якій воно функціонує. Розуміючи специфіку роботи підприємства, також можна доповнити існуючу систему ризиків виникнення шахрайства і розвинути методику оцінки його рівня.

Подальші дослідження будуть спрямовані на розробку методики програмно-цільового планування інтелектуальних інструментів у розкритті та попередженні фінансових махінацій, у тому числі із залученням наукових установ та професійних експертів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Golden, T. W., Skalak, S. L., Clayton, M. M. A guide to forensic accounting investigation. – Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, 2006. – 565 p.
2. Pasco, G. A. Criminal financial investigation: the use of forensic accounting techniques and indirect methods of proof. – Broken Sound Pkwy NW Boca Raton, Florida: CRC Press, 2013. – 295 p.
3. Dutta, S. K. Statistical techniques for forensic accounting: understanding the theory and application of data analysis / Saurav K. Dutta. – Upper Saddle River, New Jersey: FT Press, 2013. – 400 p.
4. Albrecht, W. S., Albrecht, C. C., Albrecht, Ch. O. Forensic accounting. – Andover, Hampshire: South-Western cengage learning, 2012. – 667 p.
5. Davis, Ch., Farrell R., Ogilby, S. Characteristics and skills of the forensic accountant // The American institute of certified public accountants. – URL: <http://www.aicpa.org/InterestAreas/ForensicAndValuation/Resources/PractAidsGuidance/DownloadableDocuments/ForensicAccountingResearchWhitePaper.pdf>.
6. Freeman, Sh. How forensic accounting works // Howstuffworks: a division of the research engine InfoSpace. – URL: <http://science.howstuffworks.com/forensicaccounting.htm>.
7. Silverstone, H., Sheetz, M. Forensic accounting and fraud investigation for non-experts. – Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, 2007. – 306 p.
8. Weaver, L. Forensic auditing // The association of chartered certified accountants. – URL: http://www2.accaglobal.com/documents/forensic_auditing.pdf.

REFERENCES

1. Golden, T. W., Skalak, S. L., Clayton, M. M. (2006). A guide to forensic accounting investigation. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons [in English].
2. Pasco, G. A. (2013). Criminal financial investigation: the use of forensic accounting techniques and indirect methods of proof. Broken Sound Pkwy NW Boca Raton, Florida CRC Press [in English].
3. Dutta, S. K. (2013). Statistical techniques for forensic accounting: understanding the theory and application of data analysis. Upper Saddle River, New Jersey: FT Press [in English].
4. Albrecht, W. S., Albrecht, C. C., Albrecht, Ch. O. (2012). Forensic accounting. Andover. Hampshire: South-

Western cengage learning [in English].

5. Davis, Ch., Farrell, R., Ogilby, S. Characteristics and skills of the forensic accountant. The American institute of certified public accountants. Retrieved from: <http://www.aicpa.org/InterestAreas/ForensicAndValuation/Resources/PractAids/Guidance/DownloadableDocuments/ForensicAccountingResearchWhitePaper.pdf> [in English].

6. Freeman Sh. How forensic accounting works. Howstuffworks: a division of the research engine InfoSpace. Retrieved from: <http://science.howstuffworks.com/forensicaccounting.htm> [in English].

7. Silverstone, H., Sheetz, M. (2007). Forensic accounting and fraud investigation for non-experts. Second edition. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons [in English].

8. Weaver, L. Forensic auditing. The association of chartered certified accountants. Retrieved from: http://www2.accaglobal.com/documents/forensic_auditing.pdf [in English].

Соломина Анна Валерьевна. ФОРЕНЗИК – ИНСТРУМЕНТ ФИНАНСОВОГО РАССЛЕДОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Отсутствие системы внешнего и внутреннего контроля может пагубно сказаться на бизнесе – по оценкам экспертов, украинские предприятия теряют около трети годовой выручки. Но, как известно, любое правонарушение оставляет финансовый след. Проанализировать внутреннюю среду предприятия, в частности выявить мошеннические схемы, сомнительные сделки, нечистых на руку сотрудников путем исследования первичной документации, а также изучить внешнюю среду (потенциальных контрагентов, связанных лиц, динамику роста финансового состояния топ-менеджмент компании и их аффилированных лиц) позволяет такой относительно новый для Украины инструмент, как форензик. Целью статьи является обоснование путей использования и внедрения услуг форензик в обеспечение хозяйственной деятельности предприятия, определение приоритетов целевых направлений финансовых расследований. Основные результаты исследования освещены с помощью диалектического метода относительно познания экономических явлений и теоретических основ, системного подхода. В статье поднимаются актуальные для отечественной экономики вопросы организации и проведения форензик – расследование финансового мошенничества предприятий. Рассмотрены его теоретические основы, природа и виды мошенничества, этапы и основы методики проведения. Обосновано, что в современном понимании «форензик» это комплекс мероприятий системы контроля. С одной стороны, эти меры направлены на предотвращение совершения противоправных действий, осуществляемых должностными лицами компании (менеджментом), а также на прекращение злоупотребления служебным положением. С другой стороны, они направлены на расследование фактов мошенничества, в результате которых репутации предприятия был нанесен ущерб или же это повлекло за собой существенные финансовые потери. Полученные результаты исследования являются основой продолжения работы над методологией, которая должна быть максимально адаптирована к формату управления риском финансовых злоупотреблений и нейтрализации его последствий. Перспективы дальнейших исследований заключаются в разработке практических аспектов формирования системы безопасности в контексте анализа поведенческих индикаторов мошенничества и методологии интеллектуального анализа данных при использовании специализированных инструментов.

Ключевые слова: форензик; мошенничество, методы финансового расследования, внутренний контроль, проведение интервью, аналитические процедуры, интеллектуальный анализ данных.

Solomina Anna V. FORENSIC IS AN ENTERPRISE ACTIVITY FINANCIAL INVESTIGATION TOOL

The absence of a system of external and internal control can have a detrimental effect on business – according to experts, Ukrainian enterprises lose about one third of annual revenues. It's known that any offense leaves a financial trace. New tool for Ukraine – forensic – allows to analyze an internal environment of an enterprise, to detect fraudulent schemes, suspicious transactions, dishonest employees studying the primary documentation, as well as to study an external environment (potential counterparties, related persons, dynamics of company top management and their affiliates financial growth). The purpose of the article is to justify ways of using and introducing forensic services in providing economic activity of the enterprise, identifying the priorities of the target areas of financial investigations. The main results of the study have been illustrated with the help of dialectical method of studying economic phenomena and theoretical principles, systemic approach. The article deals with the issues of organization and conduct of forensic – the investigation of financial fraud of enterprises – relevant for the national economy. Its theoretical foundations, nature and types of fraud, stages and bases of the method of conducting have been considered. It has been proved that in the modern sense, "forensic" is a complex of control system measures. On the one hand, these measures are aimed at preventing the commission of unlawful actions committed by the officials of the company (management), as well as the termination of abuse of office. On the other hand, they are aimed at investigating fraud, which resulted in damage to the company's reputation or material financial loss. The obtained results of the study are a prerequisite for prolonging the work on the methodology, which should be as much as possible adapted to the format for managing the risk of financial abuse and neutralizing its consequences. The prospects for further research are to develop practical aspects of the security system in the context of analyzing behavioral fraud indicators and the methodology of data mining through the use of specialized tools.

Key words: forensic; fraud, methods of financial investigation, internal control, interviews, analytical procedures, intellectual data analysis.

Одержано 17.10.2018 р.

**Вимоги до матеріалів,
що подаються до опублікування у
науковому віснику Мукачівського державного університету. Серія «Економіка»**

1. Загальні вимоги

1.1. До друку приймаються статті, написані українською, російською або англійською мовами, які раніше не публікувалися та не були передані для публікації в інші видання (у тому числі електронні).

1.2. Стаття має містити структурні елементи наукової статті відповідно до вимог Постанови Президії ВАК України від 15.01.2003 р. № 7-05/01 «Про підвищення вимог до фахових видань, внесених до переліку ВАК України»:

Вступ (постановка проблеми, аналіз останніх досліджень і публікацій, мета статті).

Результати дослідження.

Висновки і перспективи подальших досліджень.

Список використаних джерел.

1.3. З метою підвищення індексів цитування наших авторів, редакція журналу рекомендує подавати статті, написані англійською або російською мовами. Статті англійською мовою, які перекладені з української або російської мови, мають супроводжуватися текстом на мові оригіналу.

2. Вимоги до оформлення статті

2.1. Рукопис статті українською, англійською або російською мовою, формат сторінки А4. Обсяг статті, у тому числі зі списком використаних джерел, таблицями, схемами, анотаціями тощо не повинен бути менше 6 сторінок та не перевищувати 12 сторінок (ф. А4) – 0,3-0,6 друк. арк. (13-26 тис. знаків).

2.2. Порядок розміщення складових елементів у статті (з абзацу, через порожній рядок):

- індекс УДК (на початку ліворуч) шрифт Times New Roman, 12 кеглем (виділити жирним прямим);
- дані про автора (праворуч) – прізвище, ім'я та по батькові (у називному відмінку) шрифт Times New Roman, 12 кеглем (виділити жирним прямим);
- науковий ступінь, учене звання, посада, місце роботи (без скорочень), іноземні автори вказують також назву країни шрифт Times New Roman, 12 кеглем (курсив);
- назва статті (по центру) Arial 14 кеглем (виділити жирним прямим);
- розширена анотація українською, російською та англійською мовами у формі реферату, який має охоплювати не менше 250 слів і висвітлювати такі структурні питання: прізвище та ініціали автора, назву статті, актуальність теми, мету, методи дослідження, результати, наукову новизну, практичну значущість. Шрифт Times New Roman, 10 кеглем (курсив), виключка по ширині, абзацний відступ 1,0 см;
- ключові слова (від п'яти до десяти) шрифт Times New Roman, 10 кеглем (курсив), виключка по ширині, абзацний відступ 1,0 см;
- текст статті шрифт Times New Roman, 12 кеглем через 1,5 інтервал; верхній, нижній і лівий береги – 3 см, правий – 2 см, виключка по ширині, абзацний відступ 1,0 см. Слова друкуються без переносів. Всі нетекстові об'єкти створюються вбудованими засобами Microsoft Word (об'єкти повинні бути згрупованими). Рекомендований розмір шрифту для об'єктів, що вміщують текст та таблиць – шрифт Times New Roman, 10 кеглем.
- список використаних джерел (не менше 8 найменувань), оформлений відповідно до стандартів (ДСТУ ГОСТ 7.1:2006) шрифт Times New Roman, 12 кеглем, виключка по ширині, абзацний відступ 1,0 см.
- References, оформлений відповідно до стандартів (ДСТУ ГОСТ 7.1:2006) шрифт Times New Roman, 12 кеглем, виключка по ширині, абзацний відступ 1,0 см.

2.3. Якщо стаття має одноосібного автора, який не має наукового ступеню, окремо від файлу статті на електронну пошту журналу має бути надіслано в графічному форматі відскановану рецензію наукового керівника, засвідчену підписом та печаткою. На статтю, автор якої має науковий ступінь кандидата наук, рецензію здійснює доктор наук. Відсканований варіант рецензії подається разом зі статтею.

2.4. Редакція залишає за собою право проводити редакційну правку рукопису. Стаття проходить процедуру таємного рецензування у термін не більше, ніж 30 днів.

2.5. Публікація статей здійснюється на платній основі. Автори сплачують за переддрукарську підготовку рукопису та тиражування статті, пересилку журналу та додаткові послуги. Після підтвердження, що стаття прийнята до друку, повідомляються вартість та реквізити для оплати.

2.6. Застосування автоматичного перекладу речень анотації на англійську мову не допускається.

Стаття надсилається до редакції електронною поштою за адресою: nvemsu@gmail.com.

Розміщення Наукового вісника Мукачівського державного університету. Серія «Економіка» в міжнародних наукометричних базах даних, репозитаріях та пошукових системах:

Російський індекс научного цитування (РИНЦ) (Росія)

Research Bible (Японія) - <http://journalseeker.researchbib.com/view/issn/2313-8114>

Scientific Journal Impact Factor (SJIF) (Марокко) - <http://www.sjifactor.inno-space.net/passport.php?id=18047>

CiteFactor (США) - <http://www.citefactor.org/journal/index/12921#.VZt98FJGSpV>

Академія Google (США)

InfoBase Index (Індія) IBI Factor 2017: 2.7

Index Copernicus (Польща) (ICV 2015: 39.03)

Genamics JournalSeek

ACNP Catalogue (Італія)

DRJI (Індія)

Academic Keys (США)

CNPIEC (CNPIE Link Service) (Китай)

**НАУКОВИЙ ВІСНИК
МУКАЧІВСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
СЕРІЯ «ЕКОНОМІКА»**

Збірник наукових праць

Випуск 2(10) 2018

Заснований у 2014 р. Виходить двічі на рік
Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації:
серія КВ № 20842-10642Р від 14.07.2014 р.

Оригінал-макет видання виготовлено
у редакційно-видавничому відділі Мукачівського державного університету

Технічний редактор: Лендел О. Д.

Адреса редакційно-видавничого відділу:
Мукачівський державний університет, вул. Ужгородська, 26,
м. Мукачево, Закарпатська обл., 89600,
тел./факс: (03131) 3-13-43, 2-11-09. E-mail: nauka@msu.edu.ua

Підписано до друку 26.11.2018 р. Формат 60*84/8.
Умовн. друк. арк. 17,7. Зам. 57. Тираж 300 примірників.

Адреса видавництва:
Мукачівський державний університет, вул. Ужгородська, 26,
м. Мукачево, Закарпатська обл., 89600,
тел./факс: (03131) 3-13-43, 2-11-09. E-mail: nauka@msu.edu.ua

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до
Державного реєстру видавців, виготовлювачів та
розповсюджувачів видавничої продукції
серія ДК № 4916 від 16.06.2015 р.

**SCIENTIFIC BULLETIN
OF MUKACHEVO STATE UNIVERSITY
SERIES «ECONOMY»**

Collection of scientific papers

Issue 2 (10) 2018

Founded in 2014. Published twice a year
Certificate of registration of print media:
series KB № 20842-10642P of 14.07.2014.

The original layout of the publication is made
in the publishing department of Mukachevo State University

Technical Editor: Lendiel O. D.

Address of editorial and publishing department:
Mukachevo State University, Uzhgorodska St., 26,
Mukachevo, Transcarpathian region., 89600,
tel. / fax: (03131) 3-13-43, 2-11-09. E-mail: nauka@msu.edu.ua

Signed for print 26.11.2018. Format 60* 84/8.
Conventional printed pages 17,7. Od. №57. Circulation 300 copies.

Publishing Address:
Mukachevo State University, Uzhgorodska St., 26,
Mukachevo, Transcarpathian region., 89600,
tel. / fax: (03131) 3-13-43, 2-11-09. E-mail: nauka@msu.edu.ua

The certificate of registration in the State Register of Ukraine subjects
of Publishing Series ДК №4916 of 16.06.2015.