

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»  
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

**НАУКОВИЙ ВІСНИК  
УЖГОРОДСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО  
УНІВЕРСИТЕТУ**

---

---

Серія  
**МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ  
ТА СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО**

Випуск 28

Частина 2

Ужгород-2019

## РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

- Головний редактор:** **Пойда-Носик Ніна Никифорівна** – кандидат економічних наук, професор, професор кафедри фінансів і банківської справи ДВНЗ «Ужгородський національний університет»
- Відповідальний секретар:** **Дроздовський Ярослав Петрович** – кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародних економічних відносин ДВНЗ «Ужгородський національний університет»
- Члени редколегії:** **Брензович Катерина Степанівна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин ДВНЗ «Ужгородський національний університет»
- Верхоглядова Наталія Ігорівна** – доктор економічних наук, професор, академік АЕН України, директор навчально-наукового інституту менеджменту, економіки та фінансів ПрАТ ВНЗ «Міжрегіональна академія управління персоналом»
- Газуда Михайло Васильович** – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки і підприємництва ДВНЗ «Ужгородський національний університет»
- Король Марина Михайлівна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин ДВНЗ «Ужгородський національний університет»
- Кушнір Наталія Олексіївна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин Ужгородського національного університету
- Лещук Галина Василівна** – доктор економічних наук, доцент, професор кафедри обліку і аудиту Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника
- Палінчак Микола Михайлович** – доктор політичних наук, професор, декан факультету міжнародних економічних відносин ДВНЗ «Ужгородський національний університет»
- Приходько Володимир Панасович** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри міжнародних економічних відносин ДВНЗ «Ужгородський національний університет»
- Слава Світлана Степанівна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки і підприємництва ДВНЗ «Ужгородський національний університет»
- Химинець Василь Васильович** – доктор економічних наук, завідувач відділу досліджень Західного регіону в місті Ужгороді центру регіональних досліджень Національного інституту стратегічних досліджень
- Цалан Мирослава Іванівна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародних економічних відносин ДВНЗ «Ужгородський національний університет»
- Гайек О.** – доктор економічних наук, професор факультету управління та економічних досліджень, Вища школа Ягеллонська в м. Торун (Чехія)
- Ліпкова Л.** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри міжнародних економічних відносин Братиславського економічного університету (Словаччина)

Журнал включено до міжнародної наукометричної бази Index Copernicus

**Науковий вісник Ужгородського національного університету.**  
**Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»**  
включено до переліку наукових фахових видань України з економіки  
на підставі Наказ МОН України від 21 грудня 2015 року № 1328.

**Рекомендовано до друку та поширення через мережу Internet**  
**Вченою радою Державного вищого навчального закладу**  
**«Ужгородський національний університет»**  
на підставі Протоколу № 11 від 12 листопада 2019 року.

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації  
серія КВ № 21015-10815Р,  
видане Державною реєстраційною службою України 29.09.2014 р.

© ДВНЗ «Ужгородський національний університет», 2019  
© Колектив авторів, 2019

## ЗМІСТ

<b>Крот Ю. М., Бразілій Н. М.</b> СУЧАСНА СИСТЕМА НАГЛЯДУ ТА КОНТРОЛЮ НАД ЯКІСТЮ АУДИТОРСЬКИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ.....	7
<b>Курило О. В., Шмуратова К. В.</b> УДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ.....	12
<b>Лисенко О. В.</b> ПОРІВНЯННЯ МЕТОДІВ КОРОТКОСТРОКОВОГО ПРОГНОЗУВАННЯ ДЛЯ СПАДНОГО ВИРОБНИЧОГО ПРОЦЕСУ.....	16
<b>Ліганенко І. В., Надточій А. С.</b> УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ГАЛУЗІ НА ОСНОВІ ЛОГІСТИЧНИХ ПІДХОДІВ.....	22
<b>Макаренко О. І., Землянський О. О.</b> АНАЛІЗ ДИНАМІКИ СТРУКТУРНИХ ЗМІН ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ТА ЗАПОРІЗЬКОГО РЕГІОНУ.....	26
<b>Марченко О. Ю.</b> СПЕЦИФІЧНІ РИСИ ІНФОРМАЦІЇ ЯК ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	32
<b>Мехович С. А., Сікестіна Н. Г.</b> ФОРМУВАННЯ АДАПТАЦІЙНИХ ЗВ'ЯЗКІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ У ЗОВНІШНЬОМУ СЕРЕДОВИЩІ.....	36
<b>Морозова О. С., Морозов О. В., Волочнюк Є. Г.</b> РОЗВИТОК РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ЗМІН КЛІМАТУ В ПІВДЕННОМУ РЕГІОНІ УКРАЇНИ.....	42
<b>Мякушко Н. С., Фисун І. В.</b> СИСТЕМА ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УКРАЇНІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ З УРАХУВАННЯМ ДОСВІДУ ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН.....	48
<b>Навроцький Я. Ф.</b> ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЮ ТЕХНІКОЮ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	55
<b>Педан М. Л.</b> ОСОБЛИВОСТІ ПОБУДОВИ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	61
<b>Петровська О. М., Недолужко С. С.</b> РІВЕНЬ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ В УКРАЇНІ ЯК РУШІЙНИЙ ЧИННИК ЗРОСТАННЯ МІГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ.....	65
<b>Погореленко Н. П., Неждій В. В.</b> АНАЛІЗ ТА ОСОБЛИВОСТІ РЕГУЛЮВАННЯ КРЕДИТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	69
<b>Ромашенко О. С.</b> КОМПЛЕКСНА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ.....	76
<b>Рубанов П. М.</b> АНАЛІЗ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ КРИПТОВАЛЮТ.....	82
<b>Рудик О. А.</b> МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ МЕХАНІЗМУ РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН У ПІДВИЩЕННІ ЯКОСТІ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ.....	87

<b>Семенов К. Л.</b> ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГ-ЛОГІСТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ ПІДПРИЄМСТВ У ВИРОБНИЧО-ТОРГОВЕЛЬНИХ ЛАНЦЮГАХ НА ОСНОВІ ЯДРА БІЗНЕСУ.....	91
<b>Сергієнко О. А., Голофаєва І. П., Швець А. Д.</b> РОЗРОБЛЕННЯ ОПТИМІЗОВАНОЇ МОДЕЛІ ЛОГІСТИЧНИХ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАЧАННЯ-РОЗПОДІЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	98
<b>Скригун Н. П., Наумко Т. А.</b> АРОМАМАРКЕТИНГ: СУТНІСТЬ, ІНСТРУМЕНТИ ТА МЕХАНІЗМ ДІЇ.....	106
<b>Тополєнко Н. М., Уланович Т. Ю.</b> ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ЗАПАСІВ У БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВАХ.....	111
<b>Устїк Т. В.</b> УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМИ СТРАТЕГІЧНИМИ РІШЕННЯМИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ ПРОВЕДЕНОГО МАТРИЧНОГО АНАЛІЗУ АСОРТИМЕНТУ.....	115
<b>Федишин М. П., Жаворонок А. В., Ковальчук Н. О.</b> МЕХАНІЗМ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ КРИЗОВИХ ЯВИЩ БАНКІВСЬКОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ.....	121
<b>Chaikovska Maryna, Chushankova Valeria</b> MODERN MARKETING TOOLS AND DETERMINANTS IN TERMS OF GLOBALIZATION.....	126
<b>Чміль А. С.</b> ДИНАМІКА ВИРОБНИЦТВА ТА ЕКСПОРТУ МЕДУ В УКРАЇНІ.....	131
<b>Chornyi Oleh</b> CONVERGENCE BETWEEN EASTERN EUROPE AND UKRAINE: THE WAYS OF IMPROVEMENT.....	134
<b>Shagina Sofia, Bychkova Natalia</b> THE ROLE OF VALUE DRIVERS IN VALUE-BASED MANAGEMENT CONCEPT.....	138
<b>Шапошнікова І. О.</b> ДО ПРОБЛЕМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРВИННОГО РИНКУ ЖИТЛА.....	143
<b>Швець Ю. О.</b> ДОСЛІДЖЕННЯ ЧИННИКІВ ВПЛИВУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ОПЕРАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ.....	148
<b>Шишкіна О. В.</b> КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ВИЗНАЧЕННЯ СХИЛЬНОСТІ ДО РИЗИКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	153
<b>Шюкюров Неман Алиширин оглу</b> ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ МЕХАНИЗМЫ РАЗВИТИЯ КОММУНИКАЦИИ В АДМИНИСТРАТИВНО-ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ РАЙОНАХ СТРАНЫ.....	158
<b>Юдіна С. В., Летучий В. В., Стіпанов А. О.</b> ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУ ТА ОЦІНКИ ПОЗИКОВИХ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА.....	162
<b>Юдіна М. І.</b> ЗНАЧЕННЯ ОБЛІКУ В ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	169
<b>Яценко О. М., Ускова Д. С.</b> СУЧАСНІ ДЕТЕРМІНАНТИ ТА ФОРМИ МІЖНАРОДНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ СУПЕРЕЧОК.....	173

## CONTENTS

<b>Krot Yliya, Braziliy Natali</b> MODERN SYSTEM OF SUPERVISION AND QUALITY CONTROL OF AUDIENCE SERVICES IN UKRAINE.....	7
<b>Kurylo Olena, Shmuratova Kateryna</b> IMPROVEMENT OF FINANCIAL REGULATION OF PRE-SCHOOL EDUCATION IN UKRAINE.....	12
<b>Lysenko Olena</b> JUXTAPOSITION OF SHORT-TERM PROGNOSTICATION METHODS FOR DECREASING INDUSTRIAL PROCESSES.....	16
<b>Liganenko Iryna, Nadtochiy Alina</b> MANAGEMENT OF PHARMACEUTICAL ENTERPRISES BASED ON LOGISTIC APPROACHES.....	22
<b>Makarenko Olena, Zemlianskyi Oleksandr</b> ANALYSIS OF THE DYNAMICS OF STRUCTURAL CHANGE IN THE UKRAINE'S ECONOMY AND THE ZAPORIZHZHYA REGION.....	26
<b>Marchenko Alexander</b> SPECIFIC FEATURES OF INFORMATION AS ECONOMIC CATEGORY IN CONDITIONS OF INFORMATION ECONOMY.....	32
<b>Mehovich Sergey, Siketina Natalya</b> FORMATION OF ADAPTATION COMMUNICATIONS OF ENTERPRISE' ACTIVITIES TO THE EXTERNAL ENVIRONMENT.....	36
<b>Morozova Olena, Morozov Alexei, Volochnyuk Evgeny</b> DEVELOPMENT OF RECREATION AND TOURIST ACTIVITIES IN CONDITIONS OF CLIMATE CHANGE IN SOUTHERN REGION OF UKRAINE.....	42
<b>Myakushko Nadiya, Fysun Iryna</b> THE PENSION SYSTEM OF UKRAINE: THE STATE AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT TAKING INTO ACCOUNT THE EXPERIENCE OF FOREIGN COUNTRIES.....	48
<b>Navrotsky Yaroslav</b> PROVISION OF AGRICULTURAL PRODUCTION OF AGRICULTURAL EQUIPMENT: THE MODERN STATE AND THE PERSPECTIVE.....	55
<b>Pedan Marina</b> FEATURES OF CONSTRUCTION OF STRATEGIC MARKETING SYSTEM OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF ENTERPRISES.....	61
<b>Petrovska Oksana, Nedoluzhko Snizhana</b> WAGE LEVEL IN UKRAINE AS A DRIVING FACTOR OF MIGRATION PROCESS INCREASE.....	65
<b>Pogorelenko Nataliia, Nedozhdi Valerii</b> ANALYSIS AND FEATURES OF REGULATION CREDIT ACTIVITY OF BANKS IN MODERN CONDITIONS.....	69
<b>Romashchenko Olga</b> COMPLETE EVALUATION OF THE EFFICIENCY OF WORK WITH SUPPLIERS.....	76
<b>Rubanov Pavlo</b> ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT OF THE WORLD CRYPTOCURRENCY MARKET.....	82
<b>Rudyk Oleh</b> METHODICAL INSTRUMENTS OF SOCIO-LABOR RELATIONS REGULATION MECHANISM IN IMPROVING THE QUALITY OF LIVING POPULATION.....	87

<b>Semenov Konstantyn</b> FORMATION OF MARKETING-LOGISTICAL SUPPORT FOR BUSINESS DEVELOPMENT OF ENTERPRISES IN PRODUCTION AND TRADE CHAINS BASED ON THE CORE OF BUSINESS.....	<b>91</b>
<b>Sergienko Olena, Golofaieva Iryna, Shvets Anastasia</b> DEVELOPMENT OF OPTIMIZED MODEL OF ENTERPRISES' SUPPLY-DISTRIBUTION LOGISTICS CHAINS.....	<b>98</b>
<b>Skryhun Nataliia, Naumko Tetyana</b> AROMA MARKETING: ESSENCE, INSTRUMENTS AND MECHANISM OF ACTION.....	<b>106</b>
<b>Topolenko Nadezhda, Ulanovich Tatyana</b> FEATURES OF RESOURCE ACCOUNTING IN BUDGETARY INSTITUTIONS.....	<b>111</b>
<b>Ustik Tatiana</b> MANAGEMENT OF MARKETING STRATEGIC DECISIONS FOR AGRICULTURAL ENTERPRISES BASED ON THE RESULTS OF THE MATRIX ANALYSIS OF THE ASSORTMENT.....	<b>115</b>
<b>Fedyshyn Maiia, Zhavoronok Artur, Kovalchuk Nataliya</b> THE MECHANISM OF STATE REGULATION OF CRISIS IN THE BANKING INDUSTRY IN THE CONDITIONS OF GLOBAL CHALLENGES.....	<b>121</b>
<b>Chaikovska Maryna, Chushankova Valeria</b> MODERN MARKETING TOOLS AND DETERMINANTS IN TERMS OF GLOBALIZATION.....	<b>126</b>
<b>Chmil Alla</b> DYNAMICS OF PRODUCTION AND EXPORT OF HONEY IN UKRAINE.....	<b>131</b>
<b>Chorny Oleh</b> CONVERGENCE BETWEEN EASTERN EUROPE AND UKRAINE: THE WAYS OF IMPROVEMENT.....	<b>134</b>
<b>Shagina Sofia, Bychkova Natalia</b> THE ROLE OF VALUE DRIVERS IN VALUE-BASED MANAGEMENT CONCEPT.....	<b>138</b>
<b>Shaposhnikova Inna</b> TO THE PROBLEM OF STATE REGULATION OF THE PRIMARY HOUSING MARKET.....	<b>143</b>
<b>Shvets Yuliia</b> INVESTIGATION OF FACTORS INFLUENCING THE EFFICIENCY OF OPERATING MANAGEMENT OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISES.....	<b>148</b>
<b>Shyshkina Olena</b> CONCEPTUAL FRAMEWORK FOR DETERMINING THE RISK PROPENSITY OF INDUSTRIAL ENTERPRISES.....	<b>153</b>
<b>Shukurov Neman Alishirin</b> ORGANIZATIONAL MECHANISMS FOR THE DEVELOPMENT OF COMMUNICATION IN THE ADMINISTRATIVE-TERRITORIAL REGIONS OF THE COUNTRY.....	<b>158</b>
<b>Yudina Svetlana, Letuchyj Vladislav, Stepanov Andrey</b> APPROACHES TO ANALYSIS AND ESTIMATION OF ENTERPRISE LOAN FINANCIAL RESOURCES.....	<b>162</b>
<b>Yudina Maryna</b> THE IMPORTANCE OF ACCOUNTING IN IMPROVING THE EFFICIENCY OF FINANCIAL AND ECONOMIC ACTIVITY OF ENTERPRISES.....	<b>169</b>
<b>Yatsenko Olha, Uskova Domenika</b> MODERN DETERMINANTS AND FORMS OF INTERNATIONAL TRADE DISPUTES.....	<b>173</b>

**Крот Ю. М.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри обліку, аналізу і оподаткування  
Черкаського державного технологічного університету*

**Бразілій Н. М.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри обліку, аналізу і оподаткування  
Черкаського державного технологічного університету*

**Krot Yliya**

*PhD in Economics  
Associate Professor, Department of Accounting, Analysis and Taxation  
Cherkassy Technological University, Cherkassy*

**Brazilii Natali**

*PhD in Economics  
Associate Professor, Department of Accounting, Analysis and Taxation  
Cherkassy Technological University, Cherkassy*

## СУЧАСНА СИСТЕМА НАГЛЯДУ ТА КОНТРОЛЮ НАД ЯКІСТЮ АУДИТОРСЬКИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

**Анотація.** У статті розглянуто проблемні питання нагляду та контролю над аудиторською діяльністю, передусім над якістю послуг та рівнем відповідальності аудитора за належне виконання своєї роботи, що гостро пронизує весь процес становлення професії незалежного аудитора. Питання необхідності врегулювання якості аудиту розглядається не як окреме питання, а як цілісна система, що має охоплювати ринок аудиту у цілому, стосовно необхідності забезпечення належних правових гарантій якості аудиту, стан яких нині є незадовільним в Україні й потребує глибшого дослідження проблеми. Також проведено аналіз законодавчого регулювання вітчизняного забезпечення якості аудиту та його відповідності європейському законодавству. Виявлено відмінності, врегулювання яких стимулюватиме підвищення якості аудиторських послуг.

**Ключові слова:** аудит, аудиторські послуги, аудиторська діяльність, якість аудиту, контроль якості аудиторських послуг, незалежність аудитора, відповідальність аудитора.

**Вступ та постановка проблеми.** До аудиту, враховуючи його публічність і відкритість, висуваються підвищені вимоги в усьому світі. Процес формування аудиторської діяльності можна було б уважати завершеним, якби не складні питання підвищення якості аудиту, які мають велике економічне та соціальне значення і набувають усе більшої актуальності в сучасних умовах.

Серйозну стурбованість нині викликає якість роботи більшості вітчизняних й зарубіжних аудиторських фірм і корпорацій. Це питання піднімається не лише користувачами аудиторських послуг і державними органами, а й самими аудиторами, які зацікавлені в стабільному розвитку ринку аудиторських послуг, підвищенні престижу аудиторської професії, що на даному етапі є рушієм позитивних зрушень щодо поліпшення якості послуг. І тому за сучасних умов розвитку аудиторської діяльності питання вдосконалення, розвитку та контролю якості таких послуг набувають актуальності, адже це, передусім, пов'язано з розвитком системи незалежного аудиту, прийняттям нового Закону України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» [1], застосуванням Міжнародних стандартів аудиту [4], а також із пошуком поліпшення способів забезпечення контролю якості, що має істотне значення для аудиторських компаній, державних органів та користувачів результатів роботи аудиторів. Ураховуючи перелічене, існує нагальна потреба у створенні методів забезпечення якості, прийомів і способів контролю над якістю аудиторських послуг.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми аудиту досліджуються багатьма вченими, але біль-

шість праць присвячено переважно методології аудиту та практичним аспектам методики перевірки окремих об'єктів, і саме із цих позицій розглядаються проблеми підвищення якості аудиту, що є вузькоорієнтованим підходом. Значний внесок у вивчення проблеми аудиту, прийомів і способів контролю його якості зробили як зарубіжні, так і вітчизняні вчені-економісти й науковці, серед них зарубіжні – Р. Адамс, Е. Аренс, Д. Лоббек, Д. Робертсон, праці яких формують ґрунтовну базу теорії та практики аудиту, та вітчизняні науковці: В. Бурцев, Ю. Данилевський, М. Білуха, Я. Гончарук, Ю. Піча, Ф.Ф. Бутинець, Н.І. Дорош, І.К. Дрозд, Г.М. Давидов, А.Г. Завгородній, Б.Ф. Усач, Л.П. Кулаковська, А.М. Кузьмінський, О.А. Петрик, В.І. Подольський, В.С. Рудницький, О.О. Савіна, Л.В. Сотнікова та ін., які зробили вагомий внесок у вдосконалення теоретико-методологічного апарату аудиту. У працях зазначених авторів приділено достатньо уваги дослідженню контролю над якістю послуг суб'єктів аудиторської діяльності. Дослідженню стану контролю якості аудиторських послуг в Україні присвячено також праці С.Ф. Голова, Є.В. Мниха, О.Ю. Редька. Більшість публікацій носить оглядовий характер та спрямована на виділення проблемних питань, пов'язаних із формуванням системи контролю якості аудиторських послуг в Україні. Серед останніх досліджень слід відзначити дисертацію О.Ю. Редька «Методологія та організація професійного аудиту в Україні. Стан та перспективи розвитку» [7], де розглянуто елементи підвищення якості аудиторських послуг. Дослідженням проблем підвищення якості аудиторських послуг займалися ще такі вітчизняні

дослідники, як В.Ф. Палій та Я.В. Соколов. Проте, незважаючи на велику кількість досліджень, існує ще багато проблемних питань контролю якості аудиторських послуг. Усе ще малодослідженими залишаються питання необхідності врегулювання якості аудиту не як окремого питання, а як цілісної системи, що має охоплювати ринок аудиту у цілому стосовно необхідності забезпечення належних правових гарантій якості аудиту, стан яких нині є незадовільним в Україні і потребує глибшого дослідження проблеми. Також особливу увагу, на нашу думку, варто звернути на ступінь власної незадоволеності роботою аудитора, оскільки це залишається недослідженим аспектом в аудиторській практиці. А також слід ґрунтовніше дослідити сутність поняття «якість аудиторських послуг», оскільки чітке його пояснення відсутнє у нормативній базі.

**Метою** даної роботи є визначення проблем та поглиблення теоретико-методологічних підходів до вдосконалення організації контролю якості аудиторських послуг в Україні.

#### Результати дослідження.

Питання нагляду та контролю над аудиторською діяльністю не є новим, адже воно виникло ще на початку 90-х років під час підготовки та прийняття першої редакції Закону України «Про аудиторську діяльність» [2]. Нині українському аудиту вже більше чверть століття. На перший погляд, цього має бути достатньо, але ще замало напрацьовано досвіду надання послуг, наукового розвитку та дослідження проблемних питань аудиту взагалі. Незважаючи на те що нині в Україні професія аудитора все ще перебуває на стадії становлення, впродовж останніх десятиліть у країні спостерігаються позитивні тенденції у напрямі розширення ринку аудиторських послуг. Із моменту прийняття редакції Закону України «Про аудиторську діяльність», коли аудит став легалізованим і обов'язковим, кількість послуг, які може надавати клієнтові суб'єкт аудиту в Україні, неспинно зростає. Наприклад, у 2000 р. їхня кількість зросла з чотирьох до 47 у 2007 р., тобто майже в 12 разів. Аналіз за період 2006–2010 рр. свідчить, що майже однією й тією ж самою чисельністю суб'єктів аудиту виконується все більша кількість замовлень. Отже, навантаження на аудиторів зростає і, відповідно, збільшується дохід. У зв'язку із цим посилюється відповідальність аудиторських фірм та приватних аудиторів щодо забезпечення високої якості наданих ними послуг.

Єдиного й чіткого визначення терміна «якість аудиторських послуг» немає. Для його розуміння застосовують такі визначення якості, як «відповідність стандарту», «відповідність світовому рівню», «відповідність міжнародній практиці» тощо. Якість аудиторських послуг із погляду аудиторської діяльності можна розглядати як їхню здатність задовольняти потреби замовника та суспільства в отриманні достатнього рівня впевненості у фінансовій інформації. Олександр Редько у статті «Якість аудиторських послуг: філософія та міфологія» [6] описує таку кількість критеріїв, які визначає замовник аудиторських послуг із метою їх якісного отримання:

- 1) максимальна точність, обґрунтованість аудиторських висновків та консультацій;
- 2) установлення аудиторами максимальної кількості помилок чи інших невідповідностей, викривлень як в обліку та звітності, так і в діяльності у цілому;
- 3) унеможливлення (після аудиторської перевірки) накладення на суб'єкта господарювання штрафних санкцій із боку фіскальних перевіряючих;
- 4) оцінка якості знань та ефективності роботи управлінського персоналу;

- 5) виявлення фактів шахрайства з боку персоналу;
- 6) надання консультацій, які б гарантовано безпечно сприяли зменшенню розміру сплати податків, зменшенню витрат та збільшенню прибутків;
- 7) запобігання хибним управлінським рішенням;
- 8) повна лояльність до власників та захист їхніх майнових інтересів;
- 9) терміни та вартість надання послуг, які повинні бути мінімальними;
- 10) повна конфіденційність щодо виявлених недоліків або невідповідностей у роботі замовника та його управлінського персоналу, захист інтересів замовника в судових органах.

Зрозуміло, що за якістю аудиторської діяльності має бути законодавчо врегульована система зовнішнього контролю, тож має бути визначений контролюючий орган, який завжди зобов'язаний діяти так, щоб захищати інтереси суспільства та працювати виключно на професійній основі, інакше ефективність його роботи буде мінімальною. Аудиторський наглядовий орган повинен установити процес постійного контролю не лише аудиторських процедур, а й діяльності аудиторських фірм із метою визначити, наскільки суб'єкти аудиторської діяльності дотримуються політики контролю якості. Він також має бути наділений повноваженнями робити застереження, виправляти і коригувати допущені помилки, застосовувати дисциплінарні санкції до аудиторів. Саме завдяки такій постійній оцінці та контролю з боку наглядового органу, а також наявності нормативного забезпечення підсилюється незалежність аудитора від підприємства, яке він перевіряє.

Відповідно до чинного Закону України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність», відповідальним за здійсненням суспільного нагляду за аудиторською діяльністю є Орган суспільного нагляду [1]. Він складається з Ради нагляду за аудиторською діяльністю (далі – Рада нагляду) та Інспекції із забезпечення якості (далі – Інспекція). До набуття чинності даним законом найвищі повноваження щодо регулювання аудиторської діяльності належали Аудиторській палаті України (далі – АПУ).

Орган суспільного нагляду за аудиторською діяльністю забезпечує:

- реєстрацію аудиторів та суб'єктів аудиторської діяльності (далі – САД);
- упродовження міжнародних стандартів аудиту;
- контроль над атестацією аудиторів та безперервним навчанням аудиторів, які здійснюють обов'язковий аудит фінансової звітності;
- контроль якості аудиторських послуг САД, які здійснюють обов'язковий аудит фінансової звітності;
- дисциплінарне провадження щодо аудиторів та САД, які здійснюють обов'язковий аудит фінансової звітності;
- застосування стягнень.

Контроль якості аудиторських послуг САД, які не надають послуги з обов'язкового аудиту фінансової звітності, здійснюється за їхньою власною ініціативою Аудиторською палатою України.

Аналіз форм здійснення контролю якості аудиторських послуг із боку Ради нагляду, Інспекції із забезпечення якості та АПУ, враховуючи вимоги Закону України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» [1], дає змогу виділити такі правові гарантії якості аудиту в Україні, які зображено на рис. 1.

Незадовільна якість більшості аудиторських перевірок спричинена низьким професійним рівнем аудиторів. А спричиняє нестачу знань та низьку компетенцію аудитора під час виконання своїх завдань недостатня кількість методичних розробок з аудиторського контролю.



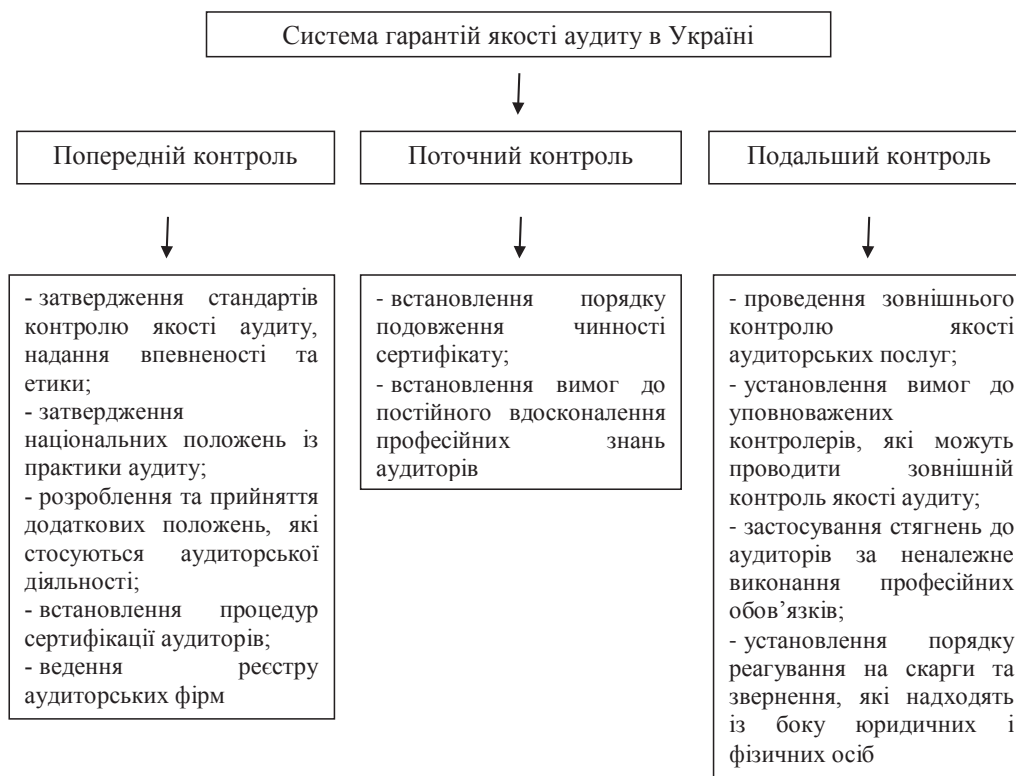


Рис. 1. Правові гарантії забезпечення якості аудиту в Україні

На ринку присутні аудитори, які не внесені в Реєстр аудиторських фірм і аудиторів України, але при цьому надають послуги. Тобто за сьогодишніх умов в Україні відсутній належний контроль над аудиторською діяльністю. Крім того, такі тенденції призводять до зниження рівня конкурентоспроможності українських аудиторів порівняно з іноземними, які пропонують значно ширший перелік послуг. Але якість аудиту можна підвищити завдяки прийняттю обов'язкових вимог до рівня професійних знань та їх постійного вдосконалення. Крім того, аудитор намагається уникати ризику порушення правил у роботі, якщо знатиме факт існування органів, до повноважень яких належить анулювання сертифікату в разі непрофесійної аудиторської роботи, що й має стимулювати виконавця до чіткого дотримання аудиторських стандартів. Для належного виконання своїх обов'язків аудитори повинні добре володіти методикою аудиту, досконало знати нормативну базу щодо предмета перевірки та предметну галузь досліджень, тому аудитор щоденно має працювати над підвищенням своєї кваліфікації.

Аудиторська фірма повинна мати достатню кількість кваліфікованого персоналу для виконання аудиторських завдань. Проте постає інше негативне явище у цьому аспекті – брак кваліфікованих аудиторських кадрів, що також призводить до зниження якості аудиторських послуг. Це питання цікавить не лише користувачів аудиторських послуг і державні органи, а й самих аудиторів, які зацікавлені в стабільному розвитку ринку аудиторських послуг та підвищення престижу аудиторської професії.

Унаслідок недостатнього регулювання ринку аудиторських послуг вітчизняні аудитори не виконують належних їм функцій на відміну від інших країн. Як зазначає у своїй праці О.Ю. Редько, «практика державного регулювання незалежного професійного аудиту не може бути ефективною за конкретних умов часу та місця впровадження аудиту в усі сфери бізнесу. У багатьох регіонах неадек-

ватно низька вартість аудиторських послуг не співвідноситься з потенційною відповідальністю аудитора за їхній результат. Водночас відзначається тенденція збільшення кількості аудиторських фірм, які взагалі протягом року й більше не надавали будь-яких професійних послуг, що говорить про початок певного зменшення кількості замовників на ринку аудиторських послуг» [5]. Цілком погоджуємося з таким твердженням. На нашу думку, такий стан ринку свідчить про необхідність упровадження механізмів його певного регулювання, перш за все за рахунок установлення мінімального обсягу витрат праці на типові замовлення, диференціації вартості послуг залежно від складності замовлення та ризиків, які присутні; запровадження в аудиторську практику страхування професійних ризиків.

Питання страхування – це ще одна невирішена проблема для аудиту, адже для підвищення статусу вітчизняного аудиту особливу значущість на сучасному етапі має страхування професійної відповідальності аудиторів, яке пов'язане з можливістю пред'явлення претензій особам за наслідки помилок, допущених аудиторами під час виконання професійних обов'язків. Це один із видів захисту відповідальності професійної діяльності, передбачений ст. 4 Закону України «Про страхування» [3].

Проте перешкодами для запровадження страхування професійної відповідальності в нашій країні є високі тарифи та неприйнятні умови страхування, необхідність судового рішення за страховими випадками, адже факт настання страхового випадку визнається після підтвердження його судом, що для аудиторів не завжди прийнятно через побоювання втрати клієнтів. Також страхуванню професійної відповідальності аудитора заважають відсутність чіткого уявлення про відповідальність як об'єкт страхування, недостатня нормативно-правова база страхування відповідальності. Ми цілком погоджуємося з думкою Н.С. Шалімової, що «аудитори повинні визнавати свою професійну відповідальність перед суспільством

у цілому, а держава повинна встановлювати певні правові гарантії, спрямовані на забезпечення якості аудиторських послуг. Держава повинна створити та затвердити необхідний механізм, оскільки звичайні замовники аудиторських послуг з об'єктивних причин не мають належних знань, досвіду для оцінки діяльності аудиторів, крім того вони не мають відповідних важелів впливу» [8].

Страховання відповідальності аудиторів здійснюється в багатьох державах і найчастіше є обов'язковим. Оскільки відповідальність аудиторів занадто велика, тобто виникає високий ризик аудиторської перевірки, то постає проблема страхування аудиторського ризику. Але, на жаль, обов'язкове страхування професійної відповідальності аудиторів та повне і беззаперечне відшкодування збитку, нанесеного замовнику аудиту, законодавством України не передбачене.

**Висновки.** Таким чином, забезпечення якості аудиторських послуг і задоволення потреб суспільства є метою контролю аудиторської діяльності в Україні. Але для досягнення високого рівня якості аудиторських послуг, що є визначальним чинником успішного розвитку вітчизняного аудиту, недостатньо визначити основні напрями контролю, необхідно забезпечити їх практичну реалізацію, передусім шляхом удосконалення українського зако-

нодавства з питань регулювання аудиторської діяльності, яке б визначило конкретні методи та процедури контролю якості аудиту в Україні, а також безпосередніх виконавців такого контролю. Регулярному контролю якості аудиторських послуг повинні підлягати всі аудиторські компанії, оскільки такий вид контролю попереджує появу помилок у роботі аудитора, поліпшує якість послуг. Поліпшенню якості аудиту в Україні також сприятиме запровадження якісної системи комп'ютеризації аудиту, здійснення контролю над рівнем професійної компетентності аудиторів, оскільки незадовільна якість більшості аудиторських перевірок насамперед спричинена низьким професійним рівнем аудиторів. Професійна компетентність аудиторів має бути завжди актуальною, тому, досягнувши певного рівня внаслідок отримання спеціальної освіти та маючи певний досвід роботи за фахом, аудитор повинен зберігати та підвищувати рівень професійної компетентності, у тому числі шляхом самоосвіти та підвищення кваліфікації у професійній організації. Усе це має на меті підвищити якість послуг, які надає аудитор. Надалі поліпшенню якості аудиту в Україні сприятиме забезпечення реальної професійної незалежності аудитора та запровадження санкцій і покарань аудиторів щодо недостовірності надання аудиторських послуг.

#### Список використаних джерел:

1. Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність : Закон України від 21 грудня 2017 р. № 2258-VIII / Верховна Рада України. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258> (дата звернення: 20.11.2019).
2. Про аудиторську діяльність : Закон України від 22.04.1993 № 3125-XII / Верховна Рада України. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3125> (дата звернення: 19.11.2019).
3. Про страхування : Закон України від 07.03.1996 № 85/96-ВР / Верховна Рада України. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/85/96> (дата звернення: 21.11.2019).
4. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг (частини 1-3) / ред. колегія: М.І. Бондар та ін. Київ : Міжнародна федерація бухгалтерів ; Аудиторська палата України, 2015.
5. Редько О.Ю. Концепція моделі регулювання аудиту в Україні. *Аудит, ревізія, контроль*. 2012. № 1. С. 42–49.
6. Редько О.Ю. Якість аудиторських послуг: філософія та міфологія. *Аудит, ревізія, контроль*. 2009. № 1. С. 46–54.
7. Редько О.Ю. Методологія та організація професійного аудиту в Україні. Стан та перспективи розвитку : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.09. Київ, 2009. 40 с.
8. Шалімова Н.С. Основні гарантії забезпечення якості аудиту в Україні. *Бухгалтерський облік, аналіз та аудит*. 2010. № 9. С. 280–288.

#### References:

1. Pro audit finansovoyi zvitnosti ta audytor's'ku diyal'nist': Zakon Ukrayiny vid 21.12.2017 №2258-VIII [About financial statements audit and auditing] / Verkhovna Rada Ukrayiny. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258> (accessed: 20.11.2019).
2. Pro audytor's'ku diyal'nist': Zakon Ukrayiny vid 22.04.1993 №3125-XII [About audit activity] / Verkhovna Rada Ukrayiny. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3125> (accessed: 19.11.2019).
3. Pro strakhuvannya: Zakon Ukrayiny vid 07.03.1996 r. №85/96-VR [About insurance] / Verkhovna Rada Ukrayiny. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/85/96> (accessed: 21.11.2019).
4. Mizhnarodni standarty kontrolyu yakosti, audytu, ohlyadu, inshoho nadannya vpevnenosti ta suputnikh posluh (chastyna 1-3) [International standards for quality control, audit, review, other assurance and related services] / Red. kolehiya: Bondar M.I., Hayevs'ka N.I., Halasyuk V.V., Dabizhna V.V. ta in. / K. – Mizhnarodna federatsiya bukhhalteriv. – Audytor's'ka Palata Ukrayiny. – 2015.
5. Red'ko O.Yu. (2012) Kontseptsiya modeli rehulyuvannya audytu v Ukrayini. [Audit regulation model concept in Ukraine] *Audyt, reviziya, kontrol'*. № 1. pp. 42–49.
6. Red'ko O.Yu. (2009) Yakist' audytor's'kykh posluh: filosofiya ta mifolohiya. [Quality of audit services: philosophy and mythology] *Audyt, reviziya, kontrol'*. № 1. pp. 46–54.
7. Red'ko O.Yu. (2009) Metodolohiya ta orhanizatsiya profesynoho audytu v Ukrayini. Stan ta perspektivy rozvytku [Methodology and organization of professional audit in Ukraine. Status and prospects of development]: avtoref. dys. d-ra ekon. nauk: 08.00.09. K.– pp. 40.
8. Shalimova N.S. (2010) Osnovni harantiyi zabezpechennya yakosti audytu v Ukrayini. [The main guarantees of quality assurance of audit in Ukraine. Accounting, analysis and audit] *Bukhhalters'kyi oblik, analiz ta audyt*. № 9. pp. 280–288.

#### СОВРЕМЕННАЯ СИСТЕМА НАДЗОРА И КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА АУДИТОРСКИХ УСЛУГ В УКРАИНЕ

**Аннотация.** В статье рассмотрены проблемные вопросы надзора и контроля над аудиторской деятельностью, прежде всего за качеством услуг и уровнем ответственности аудитора за надлежащее выполнение своей работы, которые остро пронизывают весь процесс становления профессии независимого аудитора. Вопрос о необходимости урегулирования качества аудита рассматривается не как отдельный вопрос, а как целостная система, и должен охватывать рынок аудита в целом. Также внимание уделено необходимости обеспечения надлежащих правовых гарантий качества аудита,

состояние которых в настоящее время является неудовлетворительным в Украине и требует более глубокого исследования проблемы. Проведен анализ законодательного регулирования отечественного качества аудита и его соответствия европейскому законодательству. Выявлены различия, урегулирование которых будет стимулировать повышение качества аудиторских услуг.

**Ключевые слова:** аудит, аудиторские услуги, аудиторская деятельность, качество аудита, контроль качества аудиторских услуг, независимость аудитора, ответственность аудитора.

#### MODERN SYSTEM OF SUPERVISION AND QUALITY CONTROL OF AUDIENCE SERVICES IN UKRAINE

**Summary.** The article discusses the problematic issues of supervision and control over audit activities, first of all – the quality of services and the level of responsibility of the auditor for the proper performance of their work, which acutely penetrate the entire process of becoming an independent auditor. The issue of the need to regulate the quality of the audit is considered not as a separate issue, but as a holistic system, and should cover the audit market as a whole. Attention is also paid to the need to ensure proper legal guarantees of audit quality, the state of which is currently unsatisfactory in Ukraine and requires a more in-depth study of the problem. Improving the quality of the audit in Ukraine will also be facilitated by the introduction of a quality system of computerization of the audit and the control over the level of professional competence of the auditors, since, first of all, the poor quality of most audits is caused by the low professional level of auditors. To enhance the status of the national audit, the professional liability insurance of auditors is of particular importance at the present stage. Audit liability insurance is implemented in many countries and is often mandatory. As the responsibility of the auditors is too large, ie there is a high risk of auditing, there is a problem of insurance of audit risk. However, unfortunately, the obligatory insurance of professional responsibility of auditors and full and uncontested compensation of the damage inflicted to the client of the audit are not provided by the legislation of Ukraine. An analysis of the legislative regulation of the domestic quality of the audit and its compliance with European legislation was also carried out. Differences have been identified, the settlement of which will stimulate the improvement of the quality of audit services. In order to achieve a high level of quality of audit services, which is a determining factor in the successful development of a national audit, it is not enough to define the main areas of control, it is necessary to ensure their practical implementation. First and foremost, by improving Ukrainian legislation on the regulation of audit activity, which would define specific methods and procedures for quality control of audit in Ukraine, as well as direct performers of such control.

**Key words:** audit, audit services, audit activity, audit quality, quality control of audit services, auditor independence, auditor's responsibility.

**Курило О. В.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
старший науковий співробітник*

*Київського національного економічного університету  
імені Вадима Гетьмана*

**Шмуратова К. В.**

*студентка*

*Київського національного економічного університету  
імені Вадима Гетьмана*

**Kurylo Olena**

*PhD of Economics,*

*Senior Researcher, Associate Professor*

*Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman*

**Shmuratova Kateryna**

*Student,*

*Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman*

## УДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ

**Анотація.** У роботі пропонується науковий підхід до визначення місця і функції фінансового регулювання дошкільної освіти для забезпечення поліпшення освітнього рівня в країні та збалансованого фінансового розподілу ресурсів. На державне регулювання системи дошкільної освіти в Україні суттєво впливають особливості управління освітою, які залишилися ще від радянських часів. Зокрема, переважають методи планово-адміністративного розподілу ресурсів; панує принцип відшкодування витрат; планування відбувається від досягнутого рівня тільки у розрахунку на поточний фінансовий рік; типовою є дефіцитність кошторисів дошкільних навчальних заходів (ДНЗ). Дослідження показало, що дефіцит державних фінансів на утримання дошкільних закладів уповільнює їхній розвиток. Наголошено на необхідності перегляду фінансового регулювання даної сфери та модернізації методів регулювання для подолання низки проблем і поліпшення ситуації. Проаналізовано досвід передових систем регулювання дошкільної освіти в зарубіжних країнах і можливість запровадження зарубіжного досвіду в Україні.

**Ключові слова:** фінансове регулювання, державне регулювання, дошкільна освіта, ДНЗ (дошкільний навчальний заклад), державно-приватне партнерство.

**Вступ та постановка проблеми.** Сформований механізм фінансового забезпечення дошкільної освіти в Україні сьогодні характеризується низькою результативністю; форми і методи розподілу бюджетних коштів на надання державних послуг у сфері дошкільної освіти не орієнтовані на досягнення високої ефективності бюджетних витрат. Важливість удосконалення методичних підходів для ефективного фінансування дошкільної освіти, їх теоретична і практична значимість, а також недостатнє висвітлення у вітчизняній науковій літературі зумовили актуальність вибраної теми та необхідність дослідження даної проблеми.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання розвитку освіти, економіки освіти, її фінансування в Україні розглядали такі українські вчені, як Д. Полозенко, Ц. Огонь, Т. Боголіб, О. Маліновська, А. Чернобай, С. Назарко, Р. Якубовський. Проте вони працювали переважно над проблемами розвитку вищої та середньої освіти, тоді як недостатньо уваги приділяється базовому освітньому етапу – дошкільному. Тож основні питання з приводу вдосконалення фінансового механізму управління цією ланкою залишаються актуальними, дискусійними та потребують дослідження.

**Метою** даної роботи є наукове обґрунтування пріоритетних напрямів удосконалення фінансового регулювання дошкільної освіти в контексті вирішення актуальних завдань гуманітарного розвитку країни.

**Результати дослідження.**

В Україні питання розвитку та фінансового забезпечення дошкільної освіти (ДО) є пріоритетними напрямками

державної політики у сфері освіти. Однак кризовий стан економіки, дефіцит державних ресурсів зумовили функціонування освіти в країні, в тому числі дошкільної, за принципом обмеженості бюджетного фінансування. У результаті недоотримання фінансових ресурсів, що виділяються державою, застарілості нормативно-правового забезпечення та механізмів залучення й використання позабюджетних коштів освітня галузь не отримує необхідного розвитку.

Джерелами фінансування дошкільного навчального закладу є кошти:

- засновника (власника);
- відповідних бюджетів (для державних і комунальних дошкільних навчальних закладів);
- батьків або осіб, які їх замінюють;
- добровільні пожертвування й цільові внески фізичних і юридичних осіб;
- інші кошти, не заборонені законодавством України (ст. 37) [1].

В Україні досі переважає державне фінансування освіти. Видатки зведеного бюджету України на освіту в 2000–2019 рр. мали змінну тенденцію. Оскільки сучасна модель державного регулювання дошкільних навчальних закладів в Україні залишається практично бюджетною та не передбачає існування інших механізмів залучення додаткових коштів, які змогли б поліпшити їх сучасний стан, вважаємо, що для поліпшення фінансування ДО слід використовувати досвід розвинених країн щодо фінансової участі роботодавців у фінансовому забезпеченні послуг у сфері дошкільної освіти.

Для цього доцільно використовувати такий інструмент, як державно-приватне партнерство, стосовно надання послуг у сфері дошкільної освіти.

Із використанням державно-приватного партнерства у сфері дошкільної освіти можуть реалізовувати послуги недержавні дошкільні організації та корпоративні дошкільні організації. Відносно недержавних дошкільних організацій може використовуватися такий інструмент, як державне соціальне замовлення, що гарантує фінансове забезпечення певної частини послуг у сфері дошкільної освіти у формі субсидій у розмірі, визначеному за встановленими нормативами фінансування. Крім того, недержавним дошкільним організаціям можуть надаватися в безоплатне користування приміщення, а також субсидії на їх утримання й оснащення.

З огляду на неможливість створення дошкільних організацій як структурних підрозділів комерційних організацій, державно-приватне партнерство може бути використано для створення корпоративних дошкільних організацій – структурних підрозділів державних або комунальних ДО. Можливе укладання договору державно-приватного партнерства в забезпеченні надання послуг такого структурного підрозділу, що передбачає фінансове забезпечення надаваних їм послуг у сфері дошкільної освіти з відповідного бюджету за нормативами фінансування і комерційною організацією – власником приміщень. Переваги для відвідування таких організацій можуть мати діти співробітників такої комерційної організації, однак обов'язково повинні бути встановлені квоти і для дітей громадян, які не є співробітниками організації. Оснащення та обладнання приміщень такого структурного підрозділу також може здійснюватися на умовах співфінансування сторонами державно-приватного партнерства.

Поява інноваційних процесів супроводжується низкою суперечностей, які мають різне джерело, предметне походження і різну складність. Головна невідповідність розвитку системи освіти – невідповідність старих методів навчання, виховання та розвитку дітей новим умовам життя; друга – суперечність між масою нових відомостей і нормами навчально-виховного процесу; третя – негармонійність старого й нового (мається на увазі становлення альтернативної освіти, нових типів навчальних закладів). З одного боку, необхідність вихователя в оновленні психолого-педагогічних знань, інтерес до передового педагогічного досвіду (наприклад, введення такого поняття як «інклюзивна освіта»), а з іншого – усталені стандарти змісту, форм і методів освітньо-виховного процесу також живлять педагогічні інновації, викликаючи суперечність між можливостями особистості та реальною дійсністю.

Незважаючи на низький економічний рівень, Україна все ж таки може запозичити деякі закордонні тенденції. Насамперед – запровадження муніципальних денних ясел як у Великій Британії. Заклади відкривають місцеві органи влади для дітей віком від кількох місяців до чотирьох-п'яти років. Працюють вони протягом року з 8 до 18 години, призначені для виховання дітей батьків із невисоким рівнем доходів. Багато дошкільних закладів опираються у своїй роботі на досвід Синьїті Судзукі («Система виховання таланту»), який уважав талант максимальним рівнем розвитку здібностей дитини, а вік до шести років – періодом, коли вирішується її доля. Японська система виховання зорієнтована на раннє виявлення задатків і природний розвиток здібностей.

Дошкільна освіта у Швейцарії вважається однією з найкращих в Європі завдяки своїм традиціям, якості викладання та історії дошкільних навчальних закладів. Тут працювало багато послідовників Марії Монтесорі,

а також Рудольф Штайнер, Йоганн Песталоцці. Німецькі кантони приділяють увагу загальному розвитку дітей, а франко-італійські – підготовці дитини до подальшого навчання в школах [2].

Також нам доступна новація з Чехії та Словаччини, де педагогічні кадри для системи дошкільного навчання і виховання готують у вищих навчальних закладах. Часто їхні керівники працюють вихователями груп дітей. Через дефіцит місць у дошкільних закладах ми теж можемо запровадити цей елемент системи виховання у своїй країні. А з дошкільною освітою в Туреччині наша має багато спільного, адже, наприклад, і в нас мета і зміст дошкільної освіти відповідають загальному спрямуванню національної освіти. Система дошкільного виховання в Туреччині ґрунтується на принципах задоволення потреб як індивідуума, так і суспільства, реалізації права на освіту і рівність можливостей [3].

Із використанням державно-приватного партнерства можуть реалізовувати послуги у сфері дошкільної освіти недержавні дошкільні організації та корпоративні дошкільні організації. Відносно них може використовуватися такий інструмент, як державне соціальне замовлення, що гарантує фінансове забезпечення певної частини послуг у сфері дошкільної освіти у формі субсидій у розмірі, визначеному за встановленими нормативами фінансування. Крім того, недержавним дошкільним організаціям можуть надаватися в безоплатне користування приміщення, а також субсидії на їх утримання й оснащення.

З огляду на неможливість створення дошкільних організацій як структурних підрозділів комерційних організацій, державно-приватне партнерство може бути використано для створення корпоративних дошкільних організацій – структурних підрозділів державних або комунальних ДО. Можливе укладання договору державно-приватного партнерства в забезпеченні надання послуг такого структурного підрозділу, що передбачає фінансове забезпечення надаваних їм послуг у сфері дошкільної освіти з відповідного бюджету за нормативами фінансування і комерційною організацією – власником приміщень. Переваги для відвідування таких організацій можуть мати діти співробітників такої комерційної організації, однак обов'язково повинні бути встановлені квоти і для дітей громадян, які не є співробітниками організації. Оснащення та обладнання приміщень такого структурного підрозділу також може здійснюватися на умовах співфінансування сторонами державно-приватного партнерства.

Дослідження довело, що гострий дефіцит фінансових коштів на утримання дошкільних навчальних закладів призводить не до їхнього розвитку, а лише до виживання. Одним зі способів удосконалення фінансування дошкільної освіти в Україні є стимулювання розвитку приватного сектору дошкільної освіти. Можливість же влаштування дітей батьків, які належать до категорій населення із середнім і низьким рівнями доходів, доцільно підкріпити застосуванням освітніх ваучерів.

Досвід розвитку недержавного сектору в системі дошкільної освіти, накопичений за кордоном, є для України актуальним у сучасних умовах. Так, за даними Світового банку, у промислово розвинених країнах пріоритетними є витрати на обов'язкову шкільну освіту, а в структурі витрат частка витрат на дошкільну освіту становить від 0,3% (Канада, де такі витрати фінансуються за рахунок приватних джерел) до 11% (Франція); Чехія – 2%; Швейцарія – 8%; Нова Зеландія – 90% [4].

На тлі наукової дилеми щодо більшої ефективності державного чи приватного секторів економіки на практиці

відбувається пошук оптимальних способів їх співпраці шляхом організації різноманітних форм державно-приватних партнерств. Для дошкільної освіти сьогодні є актуальним застосування державно-приватного партнерства для створення основних фондів суб'єктами підприємницької діяльності за рахунок власних і залучених коштів, які в подальшому будуть передані у користування дошкільним навчальним закладам. Державно-приватна взаємодія на основі участі в капіталі господарського товариства дає змогу зберегти досить високий ступінь державного (комунального) контролю над цими організаціями через своїх представників в їх органах управління. Однією з таких країн, з якою ми б могли підтримувати такий зв'язок, є Польща.

Даний механізм можна використовувати для підтримки і модернізації інфраструктури сфери дошкільної освіти, реалізації різних освітніх проєктів, впровадження інноваційних освітніх та виховних технологій. Сьогодні в ДНЗ України вже реалізується міжнародний проєкт соціально-фінансової освіти «АФЛОТОТ», однак також одним із варіантів введення економічної освіти в дошкільні заклади було запропоновано пізнавальні програми з ресурсозбереження, скориставшись потенційними можливостями музейного розвивально-пізнавального простору для організації взаємодії дітей та батьків, педагогів та родин вихованців, що поки не було активно впроваджено в ДНЗ України.

Слід також зазначити, що застосування державно-приватного партнерства спроможне вирішити чимало фінансових проблем забезпечення належної експлуатації дошкільних навчальних закладів. Сьогодні чималі кошти, що спрямовуються з бюджету на дошкільну освіту, витрачаються на утримання обслуговуючого персоналу. При цьому формування кількості та складу працівників дошкільних навчальних закладів відбувається відповідно до єдиних норм, які часто виявляються завищеними порівняно з реальними потребами закладів у кадрах. У таких умовах використання державно-приватного партнерства

для забезпечення експлуатації дошкільних навчальних закладів призведе до підвищення продуктивності праці, а також сприятиме підвищенню якості освітніх послуг. З огляду на те, що державно-приватне партнерство, по суті, є підприємницькою діяльністю за участю держави, воно дає можливість забезпечувати не лише соціальну відповідальність бізнесу перед суспільством, а й отримувати від цього стабільний довгостроковий дохід.

**Висновки.** Отже, у сфері системи фінансового регулювання дошкільної освіти в Україні існують такі недоліки: переважають методи планово-адміністративного розподілу ресурсів; панують принципи відшкодування витрат; планування відбувається від досягнутого рівня тільки у розрахунок на поточний фінансовий рік; типовою є дефіцитність кошторисів ДНЗ. Розвиток приватно-державного партнерства в дошкільній освіті регіонів України відображає пріоритети державної політики у сфері освіти і дає змогу вирішувати проблеми загальнодоступності дошкільної освіти; сприяє вдосконаленню якості освітніх послуг; дає змогу розширювати можливості для батьків вибору дошкільного навчального закладу незалежно від форми власності; забезпечує інвестиційну привабливість сфери дошкільної освіти для представників бізнес-спільноти, індивідуальних підприємців; дає змогу знижувати інвестиційні ризики вкладень у сферу дошкільної освіти; розширює фінансову автономію країн-партнерів за рахунок збільшення можливостей залучення додаткових недержавних фінансових коштів; створює умови для активнішого здійснення закладами освіти інноваційної діяльності на комерційній основі за рахунок коштів підприємницьких структур. А реформування та модернізація дошкільної освіти через призму вітчизняних можливостей та реалій дадуть змогу ефективно впроваджувати зміни, не створюючи оманливих ілюзій та ефективно застосовуючи наявні ресурси. Це допоможе не лише раціонально використовувати надані на освіту кошти, а й контролювати стан докільця та проводити освітній моніторинг, що буде надавати дійсно реальні показники.

#### Список використаних джерел:

1. Закон України «Про дошкільну освіту». URL : <https://zakon.help/law/2628-III> (дата звернення: 07.10.2019).
2. Системи дошкільної освіти за кордоном: країни та особливості. URL : <https://clout.com.ua/sy-stemy-doshkil-noyi-osvity-za-kordonom-krayiny-ta-osobly-vosti.html> (дата звернення: 01.11.2019).
3. Дошкільна освіта у світі. Туреччина. *Педагогічна преса : освітній портал*. URL : <https://pedpresa.ua/116776-doshkilna-osvita-u-sviti-turechchyna.html>.
4. Бучковська Я.Г. Проблеми фінансування освіти в Україні. *Наука й економіка*. 2010. № 2. С. 20–24.

#### References:

1. Zakon Ukrainy "Pro doshkiljnu osvitu" (2001) The Law of Ukraine "On Pre-school Education". *Zakonodavstvo Ukrainy*. Available at: <https://zakon.help/law/2628-III> (accessed 7 October 2019).
2. Systemy doshkilnoji osvity za kordonom: krajiny ta osoblyvosti: [Pre-school education systems abroad: countries and features]. Available at: <https://clout.com.ua/sy-stemy-doshkil-noyi-osvity-za-kordonom-krayiny-ta-osobly-vosti.html> (accessed 15 November 2019).
3. Doshkiljna osvita u sviti. Turechchyna. *Pedagoghichna presa: Osvitnij portal* [Pre-school education in the world. Turkey] (electronic journal). Available at: <https://pedpresa.ua/116776-doshkilna-osvita-u-sviti-turechchyna.html> (accessed 01.11.2019).
4. Buchkovsjka Ja.Gh. (2010) Problemy finansuvannja osvity v Ukraini [Problems of financing education in Ukraine]. *Science and economics*, no. 2, pp. 20–24.

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФИНАНСОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В УКРАИНЕ

**Аннотация.** В работе предложен научный подход к определению места и функции финансового регулирования дошкольного образования для обеспечения улучшения образовательного уровня в стране и сбалансированного финансового распределения ресурсов. На государственное регулирование системы дошкольного образования в Украине существенно влияют особенности управления образованием, оставшиеся еще с советских времен. В частности, преобладают методы планово-административного распределения ресурсов; господствует принцип возмещения расходов; планирование происходит от достигнутого уровня только в расчете на текущий финансовый год; типична недостаточность смет дошкольных образовательных учреждений (ДОУ). Исследование показало, что дефицит государственных финансов на содержание дошкольных учреждений замедляет их развитие. Акцентировано на необходимости пересмотра финансового регулирования данной сферы и модернизации методов регулирования для преодоления ряда проблем

и улучшения ситуации. Проанализирован опыт передовых систем регулирования дошкольного образования в зарубежных странах и рассмотрена возможность внедрения зарубежного опыта в практике Украины.

**Ключевые слова:** финансовое регулирование, государственное регулирование, дошкольное образование, ДОУ (дошкольное образовательное учреждение), государственно-частное партнерство.

#### IMPROVEMENT OF FINANCIAL REGULATION OF PRE-SCHOOL EDUCATION IN UKRAINE

**Summary.** In Ukraine, the issues of development and financial provision of pre-school education are priority directions of the state policy in the field of education. However, the crisis of the economy, lack of state resources caused the functioning of education in the country, including pre-school, on the principle of limited budgetary funding. As a result of lack of financial resources allocated by the state, obsolescence of legal support and mechanisms of receiving and using of funds, the educational sector does not receive the necessary development. The current mechanism of financial support for pre-school education in Ukraine is characterized by low efficiency; forms and methods of allocation of budget funds for the provision of public services in the field of pre-school education are not focused on achieving high efficiency of budget expenditures. Methods of planning and administrative allocation of resources predominate; the principle of cost recovery rules; planning proceeds from the achieved level only in the calculation for the current financial year; typical is the deficit of the estimates of the pre-school educational institutions. It is emphasized in the article that the deficit of public finance for the maintenance of pre-school institutions slows down their development. The paper proposes a scientific approach to determining the place and function of financial regulation of pre-school education to improve the educational level in the country and the balanced financial distribution of resources. In this regard, it is advisable to use such a tool of regulation as a public-private partnership for the provision of pre-school education services. Using public-private partnerships, non-governmental preschool organizations and corporate preschool organizations can provide services in the field of preschool education. This paper highlights the need to review financial regulation in this area and modernize regulatory methods to overcome a number of problems and improve the situation. The article analyses the experience of advanced systems of regulation of pre-school education in foreign countries as well and the possibility of introducing foreign experience in the practice of Ukraine.

**Key words:** financial regulation, state regulation, pre-school education, pre-school educational institutions, public-private partnership.

**Лисенко О. В.**  
кандидат економічних наук,  
Університет митної справи та фінансів

**Lysenko Olena**  
Candidate of Economic Sciences,  
University of Customs and Finance

## ПОРІВНЯННЯ МЕТОДІВ КОРОТКОСТРОКОВОГО ПРОГНОЗУВАННЯ ДЛЯ СПАДНОГО ВИРОБНИЧОГО ПРОЦЕСУ

**Анотація.** Роботу присвячено дослідженню та порівнянню методів короткострокового планування та прогнозування. За основу розрахунків прийнято дані підприємства, яке характеризується спадним процесом виробництва, тобто функція доходу підприємства має спадний характер у часовому вимірі. Функція витрат, яка є базовою для проведеного дослідження, також спадає, але меншими темпами порівняно з функцією доходу. Оптимізація управління підприємствами у цілому та планування окремих операційних періодів, як правило, спираються на використання економіко-математичного моделювання та прогнозування змін показників виробничих процесів. Прогноз завжди є багатоваріантним і пропонує кілька альтернативних рішень, тому на основі наведених даних побудовано мультиплікативну економетричну модель динаміки часового ряду та пропорційну прогнозну модель на один період уперед. Обчислено та порівняно похибки прогнозів моделей. Вагомою умовою цього дослідження стала наявність невеликої кількості даних спостережень часового ряду (менше 12), що у кожному разі відображається на точності розрахунків.

**Ключові слова:** економетрична модель, мультиплікативна модель, авторегресійне рівняння, автокореляційна функція, просторово-часові ряди.

**Вступ та постановка проблеми.** Моделювання кожного виробничого процесу завжди базується на якомога точнішому, якісному, достовірному прогнозі витрат підприємства на майбутній операційний період. Прогноз виступає основою прийняття планових рішень. План і прогноз – це дві стадії планування, які взаємно доповнюють одна одну [1]. Прогноз у своїх об'єктах та завданнях визначається потребами складання планів і зумовлює їх. Кожен план є одно-варіантним. Прогноз завжди багатоваріантний і пропонує кілька альтернативних рішень [2]. З усієї множини підходів до прогнозування найбільше розповсюдження отримали методи експертних оцінок, методи обробки просторових, часових, просторово-часових сукупностей, методи ситуаційного аналізу [3; 4, с. 164]. Як правило, для обґрунтування та визначення рівня різних планових показників застосовують метод «від досягнутого рівня», тобто балансовий метод, який побудовано на пропорційному методі прогнозування. Прогнозування основних операційних показників (наприклад, витрат) вимагає знаходження та ідентифікації методів і моделей, які за відомими вибірками даних надають найкращий за обраним критерієм результат. У цій роботі використано прогнозний пропорційний метод, в основі якого лежить коригування поточного статистичного показника на темпи змінення базового показника, що зумовлено використанням у дослідженні даних балансової звітності підприємств, і метод побудови економетричних моделей динаміки часових рядів, що зумовлено наявністю трендової, циклічної, сезонної та випадкової компонент у функціях показників витрат. Економетричні моделі динаміки часових рядів, своєю чергою, спираються на методи автокореляційного й регресійного аналізу. Зауважимо, що поняття точності прогнозу трактується через статистичні характеристики. Практичним критерієм, зокрема, мають слугувати похибки прогнозу за вибраними моделями, які, серед іншого, враховують вибірку дисперсію відхилень реальних значень показників від прогнозованих.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню означеного завдання присвячено роботи вітчизняних (Л.В. Антонова, І.О. Бланк, Н.Є. Бойцун, О.С. Вент-

цель, В.В. Ковальов, Л.І. Лопатников, О.О. Ляховець, О.М. Марюта та ін.) та іноземних (Г. Мінцберг, Дж. Куїн, С. Гошал, Джеймс К. Ван Хорн, Джон М. Вахович-мол., Е. Хелферт) учених. Найбільша увага у цих роботах приділяється короткостроковому плануванню і прогнозуванню та поєднанню системи планування в єдине ціле з організаційною структурою підприємства [2, с. 224].

**Метою** даної роботи є порівняння існуючих методів короткострокового прогнозування, а саме пропорційного методу та методу побудови економетричної моделі часових рядів показників, для спадного виробничого процесу.

### Результати дослідження.

Функції витрат підприємств мають зростаючий характер, спадний характер чи змальовують періодичний виробничий процес, який містить сезонні та циклічні коливання [5, с. 72]. Спадний процес виробництва привертає увагу своєю наближеністю до певного кризового стану підприємства, де він спостерігається. Для стабілізації економічного стану підприємства важливою є точність прогнозу основних виробничих показників на майбутній операційний період.

Розглянемо метод побудови економетричних моделей динаміки часових рядів показників. Дискретний часовий ряд статистичних показників роботи підприємства розглядається як послідовність значень  $y_1, y_2, \dots, y_n$  в момент часу  $t$ , тобто  $y_t (t=1, 2, \dots, n)$  [6, с. 159]. Часовий ряд також можна представити в такому вигляді:  $y_t = x_t + \varepsilon_t$ , де:  $x_t$  – детермінована випадкова компонента процесу;  $\varepsilon_t$  – стохастична випадкова компонента процесу.

За наявності в часовому ряді тенденції та циклічних коливань має місце автокореляційна залежність рівнів ряду [7, с. 106]. Коефіцієнти кореляції оцінюються за формулою [8]:

$$r_{xy} = \frac{\Sigma(x - x^{cp}) \cdot (y - y^{cp})}{\sqrt{\Sigma(x - x^{cp})^2 \cdot \Sigma(y - y^{cp})^2}} \quad (1)$$

Розрахунком коефіцієнтів автокореляції різних рівнів ряду будеється автокореляційна функція, яка допомагає



виявити в часовому ряді наявність чи відсутність трендової компоненти. Коли найбільш високим є автокореляційний коефіцієнт першого порядку, то ряд містить тільки тенденцію. Якщо найбільш високим є коефіцієнт автокореляції порядку  $i$ , то ряд містить циклічні коливання з періодичністю в  $i$  моментів часу. Утому разі коли жоден із коефіцієнтів автокореляції не є значущим, то ряд може не містити тенденції або ряд містить сильну нелінійну тенденцію. Чим сильніше виражена нелінійна тенденція у часовому ряді, тим більше різняться розраховані коефіцієнти.

Далі відбувається аналітичне вирівнювання часового ряду, тобто побудова аналітичної функції, що характеризує залежність рівнів ряду від часу або тренду. Для її формалізації найчастіше використовуються такі функції [7, с. 110]: лінійний тренд:  $y_i = a + b \cdot t$ ; гіпербола:

$$y_i = a + \frac{b}{t}; \text{ експоненційний тренд: } y_i = e^{a+b \cdot t}; \text{ тренд}$$

у формі степеневі функції:  $y_i = a \cdot t^b$ ; парабола другого та більш високого порядку:  $y_i = a + b_1 \cdot t + b_2 \cdot t^2 + \dots + b_k \cdot t^k$ . Параметри кожного з трендів визначаються методом найменших квадратів, де залежна змінна –  $y$ , а незалежна –  $t=i=1, 2, \dots, n$ . Найчастіше вибирається рівняння тренду з максимальним коефіцієнтом детермінації  $R^2$ .

За зростання чи спадання амплітуди сезонних коливань будується мультиплікативна модель динаміки часових рядів. Мультиплікативна економетрична модель представляється як добуток трендової  $T$ , сезонної  $S$  та випадкової  $E$  компонент:

$$Y = T \cdot S \cdot E \quad (2)$$

Після розрахунку значень центрованих ковзких середніх  $Y_{it}$  на їх основі будуються рівняння тренду  $T$  та за допомогою коефіцієнта детермінації вибирається тип тренду і відповідне йому рівняння, на основі якого обчислюються значення  $T$  [7, с. 104].

Оцінка значень циклічного складника  $C$ :

$$C_i = \frac{Y_{it}}{T_i} \quad (3)$$

Оцінка впливу сезонного та випадкового складників:

$$S_i \cdot E_i = \frac{Y_i}{Y_{it}} \quad (4)$$

Тоді сезонний складник  $S$  розраховується так:

У кожному макроперіоді (циклі) знаходиться сума значень  $S_i \cdot E_i$  без урахування максимального та мінімального значень:

$$\sum_{i=1}^n S_i \cdot E_i = \sum_{j=1}^m S_{ij} \cdot E_{ij} - \max S_{ij} \cdot E_{ij} - \min S_{ij} \cdot E_{ij}, \quad (5)$$

де  $i \in [1; n]$  – кількість макроперіодів (циклів),  $j \in [1; m]$  – кількість періодів (кроків) у циклі.

Далі обчислюється оцінка модифікованого середнього значення сезонної компоненти:

$$S_i^{cp} = \frac{\sum_{i=1}^n S_i \cdot E_i}{n} \quad (6)$$

У мультиплікативній моделі сума значень сезонного складника за всіма макроперіодами (циклами) повинна дорівнювати кількості періодів у циклі, тому що сезонні впливи за цикл взаємно погашаються.

Коригуючий коефіцієнт:

$$k = \frac{n}{\sum_{i=1}^n S_i^{cp}} \quad (7)$$

Скориговані модифіковані середні сезонного складника:

$$S_i = k \cdot S_i^{cp} \quad (8)$$

Оцінка значень випадкового складника:

$$E_i = \frac{S_i \cdot E_i}{S_i} \quad (9)$$

Абсолютні похибки:

$$E_i' = Y_i - T_i \cdot C_i \cdot S_i = Y_i - Y_{it} \quad (10)$$

Оцінка якості й адитивної і мультиплікативної моделі:

$$R_{\text{я}}^2 = 1 - \frac{\sum_{i=1}^n (E_i')^2}{\sum_{i=1}^n (Y_i - Y_i^{cp})^2}, \quad (11)$$

де  $Y_i^{cp} = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n}$  – середнє значення рівнів ряду.

Прогнозне значення  $Y_i$  у мультиплікативній моделі дорівнює:  $Y = T \cdot S \cdot E$ .

Звернемося також до пропорційного прогнозного методу [9, с. 260]. На основі темпу зростання обраного показника  $D$  перераховуються інші показники балансу. Таким чином, розраховане прогнозне значення витрат на період  $i+1$ :

$$Z_{i+1}' = \frac{D_i}{D_{i-1}} \cdot Z_i \quad (12)$$

Дослідимо функцію витрат  $Z_i = Y_i$ , яка характеризує спадне виробництво [5, с. 83] (табл. 1) та проаналізуємо її прогнозні значення, отримані на основі розрахунків за допомогою економетричних моделей динаміки часових рядів та на основі пропорційного методу прогнозування. Порівняємо отримані результати та звернемо увагу на похибки прогнозу.

Функція  $Z_i$  є спадною, має місце скорочення виробництва. На графіку функції (рис. 1) не спостерігається постійна амплітуда коливань значень функції від матсподівання. Це свідчить про те, що сезонна компонента не є однаковою для різних періодів спостереження. Тобто доречно будувати мультиплікативну економетричну модель. Також розрахуємо прогнозні значення витрат на наступний операційний період за пропорційним методом та порівняємо результати обох прогнозів.

За графіком автокореляційної функції можна зробити висновок, що часовий ряд містить коливання періодичністю 4 інтервали ( $r_2 - r_6$ ) (рис. 2, 3). Тісна кореляція коефіцієнтів  $r_1, r_2, r_3$  (1,000; 0,992; 0,997) свідчить про наявність лінійного тренда, але розглянемо декілька варіантів рівнянь тренда, які побудуємо після вирівнювання часового ряду методом ковзкої середньої (інтервал розрахунку – 4) та обчислимо центровану ковзку середню. Значення центрованої ковзкої середньої є фактичними даними для побудови рівнянь можливих трендів та відповідних коефіцієнтів детермінації (табл. 2). Наявність лінійного тренда доводять високі коефіцієнти автокореляції першого та другого рівнів, і коефіцієнт детермінації поліноміального тренда є максимальним ( $R^2 = 0,995$ ). Але економічні процеси вкрай рідко розвиваються в часі як параболічні функції другого та більш високого рівнів. Окрім того, такі тенденції потребують великої кількості значущих цифр після коми під час розрахунків. Тому вибираємо експоненційний тренд ( $R^2 = 0,974$ ).

Після застосування у формулі експоненційного тренда відповідних значень  $t$  отримані результати занесено у стовпчик  $T_i$  (табл. 1). У цьому разі часовий ряд містить замало даних, що заважає визначенню оцінок сезонної

Оцінювання параметрів економетричної прогнозної моделі за функцією витрат (спадне виробництво)

(t)	t-i	$Y_i=Z_i$ (100000 у. о.)	$r_i$	$\bar{y}_i$	$\bar{y}'_i$	$T_i$	$\hat{C}_i$	$\hat{S}_i\hat{E}_i$	$\hat{S}_i$	$\hat{E}_i$	$\hat{E}'_i$	$E_i^2$
4	1	14,200	1,000	14,200								
1	2	14,000	0,992	13,967	14,083	13,665	1,031	0,994	1,000	0,994	-0,083	0,007
2	3	13,700	0,970	13,500	13,733	12,792	1,074	0,998	1,000	0,998	-0,033	0,001
3	4	12,800	0,953	12,767	13,133	11,975	1,097	0,975	1,000	0,975	-0,333	0,111
4	5	11,800	0,944	11,817	12,292	11,210	1,096	0,960	1,000	0,960	-0,492	0,242
1	6	10,850	0,995	10,850	11,333	10,494	1,080	0,957	1,000	0,957	-0,483	0,234
2	7	9,900	1,000	9,883	10,367	9,824	1,055	0,955	1,000	0,955	-0,467	0,218
3	8	8,900		9,400	9,642	9,196	1,048	0,923	1,000	0,923	-0,742	0,550
<b>4</b>	<b>9</b>	<b>8,873</b>	<b>Прогнозне значення</b>			<b>8,609</b>	1,031		1,000			

Тут: (t) – цикл; t – інтервал;  $Y_i$  – значення функції витрат;  $r_i$  – значення автокореляційної функції;  $\bar{y}_i$  – ковзка середня;  $\bar{y}'_i$  – центрована ковзка середня;  $T_i = \bar{y}_i - 15,593e^{-0,066x}$  – рівняння тренда;  $\hat{C}_i = \bar{y}'_i / T_i$  – оцінка значень циклічної складової;  $\hat{S}_i \hat{E}_i = Y_i / \bar{y}'_i$  – оцінка значень сезонного та випадкового складників;  $\hat{S}_i$  – оцінка значень сезонного складника;  $\hat{E}_i = (\hat{S}_i \hat{E}_i) / \hat{S}_i$  – оцінка значень випадкового складника;  $\hat{E}'_i = Y_i - T_i \hat{C}_i \hat{S}_i = (Y_i - \bar{y}'_i \hat{S}_i)$  – абсолютна похибка;  $\hat{E}_i^2$  – квадрат абсолютної похибки;  $Z_8$  – отримане прогнозне значення функції витрат.

Джерело: розраховано автором на основі [5, с. 83]

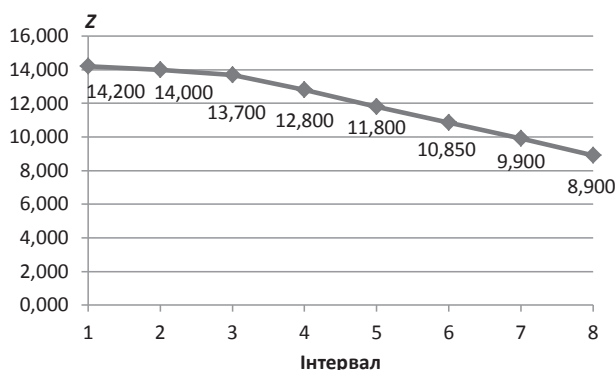


Рис. 1. Графік функції  $Z_i$ . Спадне виробництво

Джерело: побудовано автором на основі [5, с. 83]

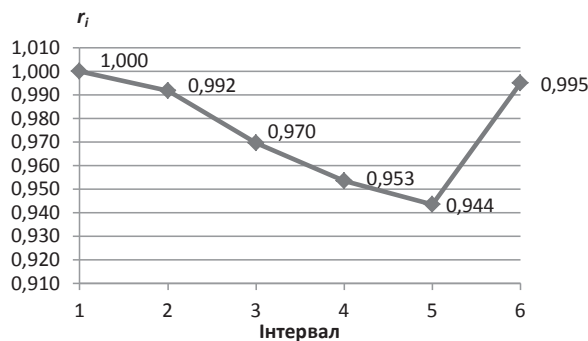


Рис. 2. Графік автокореляційної функції  $r_i$ . Спадне виробництво

Джерело: побудовано автором на основі [5, с. 83]

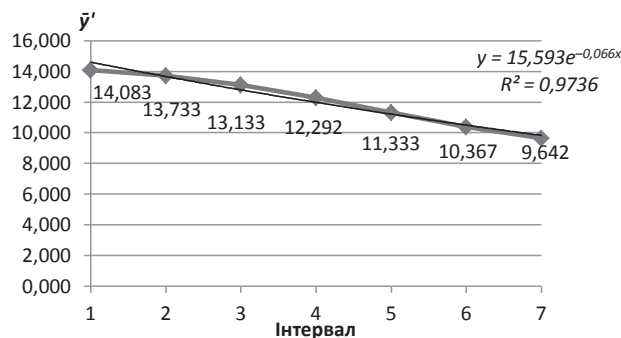


Рис. 3. Графік центрованої ковзкої середньої функції витрат. Побудова лінії тренда та авторегресійного рівняння. Спадне виробництво

Джерело: побудовано автором на основі [5, с. 83]

Рівняння трендів, коефіцієнти детермінації (спадне виробництво)

Тип тренда	Рівняння тренда, коефіцієнт детермінації	
Лінійний	$y = -0,7807x + 15,206$	$R^2 = 0,9841$
Логарифмічний	$y = -2,292\ln(x) + 14,874$	$R^2 = 0,8522$
Поліноміальний	$y = -0,0469x^2 - 0,4053x + 14,643$	$R^2 = 0,9948$
Експоненційний	$y = 15,593e^{-0,066x}$	$R^2 = 0,9736$
Степеневий	$y = 15,119x^{-0,191}$	$R^2 = 0,8228$

Джерело: розраховано автором на основі [5, с. 83]

компоненти, хоча її наявність не можна заперечувати. Тому запропоновано вважати всі скориговані модифіковані середні  $S_i = 1$ , що означає відсутність сезонного складника в економетричній моделі для кількості точок спостереження – 8. Оцінка значень випадкового складника проводиться за значеннями стовпчика:  $E_i$ . Абсолютна похибка для кожного рівня ряду:  $E_i' = Y_i - T_i \cdot C_i \cdot S_i$ .

Суми квадратів абсолютних похибок та квадратів відхилень рівнів ряду від прогнозних рівнів для спадної функції витрат за розрахунками становлять:

$$(E_i')^2 = 1,362, \quad \sum (Y_i - \bar{Y}_i)^2 = 24,281.$$

Похибка прогнозу за мультиплікативною економетричною моделлю за наведеною формулою є невеликою та дорівнює 5,611%:

$$R_i = \frac{\sum_{i=1}^n (E_i')^2}{\sum_{i=1}^n (Y_i - Y_i^{CP})^2} \cdot 100\% = \frac{1,362}{24,281} \cdot 100\% = 5,611\%$$

Мультиплікативна економетрична модель часового ряду, що відображає спадне виробництво, пояснює 94,389% загальної варіації рівнів часового ряду функції витрат. Це є високим відсотковим прогнозним значенням. Оцінка якості моделі:

$$R_{\text{Я}}^2 = 1 - \frac{\sum_{i=1}^n (E_i')^2}{\sum_{i=1}^n (Y_i - Y_i^{CP})^2} = (1 - \frac{1,362}{24,281}) = 0,943$$

Прогнозне значення витрат наступного операційного періоду 9 становитиме:

$$Z_9 = T_9 \cdot C_2 \cdot S_4 = 8,609 \cdot 1,031 \cdot 1,000 = 8,873 \cdot 100000 \text{ у. о.}$$

Задля порівняння з результатами прогнозування на основі пропорційного методу для кожного прогнозу розраховуємо середню відносну похибку оцінки прогнозу [6, с. 182].

$$m_a = \left| \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \frac{Y_i - Y_i'}{Y_i'} \cdot 100\% \right|,$$

де  $Y_i$  – Фактичне значення витрат за період:  $Y_8 = 8,900 \cdot 100000 \text{ у. о.};$

$Y_i'$  – Прогнозне значення витрат за період:  $Y_8' = 9,642 \cdot 100000 \text{ у. о.}$

Оскільки прогноз розраховано на один період уперед, відносну похибку розрахунків можна оцінювати тільки за результатами порівняння фактичного та прогнозного значень наданого останнього рівня ряду 7:

$$m_a = \left| \frac{Y_8 - Y_8'}{Y_8'} \cdot 100\% \right| = \left| \frac{8,900 - 9,642}{9,642} \cdot 100\% \right| = 7,692\%$$

За пропорційним методом прогнозування маємо такі обчислені показники спадного процесу (табл. 3).

Відношення  $\frac{D_i}{D_{i-1}}$  – темп зміння показників на кожний наступний період. Тоді прогнозне значення витрат:

$$Z_9' = \frac{D_8}{D_7} \cdot Z_8 = \frac{9,00}{10,000} \cdot 8,900 = 0,900 \cdot 8,900 = 8,010 \cdot 100000 \text{ у. о.}$$

Для обчислення похибок розрахунків звернемося до формул, які використані в мультиплікативній моделі. Похибка прогнозу за пропорційною моделлю дорівнює 1,893% і є незначною:

$$R_i = \frac{\sum_{i=1}^n (E_i')^2}{\sum_{i=1}^n (Y_i - Y_i^{CP})^2} \cdot 100\% = \frac{0,456}{24,094} \cdot 100\% = 1,893\%$$

Прогнозна модель, що відображає виробництво, що скорочується, яка побудована за пропорційним методом, пояснює 98,107% загальної зміни значень функції витрат у часі, що є вищим прогнозним значенням порівняно з мультиплікативною економетричною моделлю. Оцінка якості моделі:

$$R_{\text{Я}}^2 = 1 - \frac{\sum_{i=1}^n (E_i')^2}{\sum_{i=1}^n (Y_i - Y_i^{CP})^2} = (1 - \frac{0,456}{24,094}) = 0,981$$

Таблиця 3

Оцінювання прогнозних значень функції витрат за пропорційним методом (спадне виробництво)

$t_i$	$Y_i=Z_i$ (100000 у. о.)	$D_i$	$D_i/D_{i-1}$	$Z_i'$	$E_i(Z)=Y_i-Z_i'$	$E_i^2(Z)$	$(Z_i-Z_i')/Z_i'$
1	14,200	14,500					
2	14,000	14,200	0,979	14,200	-0,200	0,040	-0,014
3	13,700	13,900	0,979	13,710	-0,010	0,000	-0,001
4	12,800	13,000	0,935	13,411	-0,611	0,373	-0,046
5	11,800	12,000	0,923	11,971	-0,171	0,029	-0,014
6	10,850	11,000	0,917	10,892	-0,042	0,002	-0,004
7	9,900	10,000	0,909	9,946	-0,046	0,002	-0,005
8	8,900	9,000	0,900	9,000	-0,100	0,010	-0,011
9	Прогнозне значення			8,010	$ \sum(Z_i-Z_i')/Z_i' $		0,094

Тут:  $t_i$  – номер інтервалу;  $Y_i=Z_i$  – значення функції витрат;  $D_i$  – значення функції доходу від реалізації продукції;  $D_i/D_{i-1}$  – темп зростання показників;  $Z_i'$  – прогнозні значення функції витрат;  $E_i(Z)=Y_i-Z_i'$  – абсолютна похибка;  $E_i^2(Z)$  – квадрат абсолютної похибки;  $(Z_i-Z_i')/Z_i'$  – модуль відносної похибки;  $Z_8$  – отримане прогнозне значення функції витрат.

Джерело: розраховано автором на основі [5, с. 83]

Середня відносна похибка оцінки прогнозу [6, с. 182] для спадного процесу буде від'ємною, тому розрахуємо її модуль:

$$m_a = \left| -\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \frac{Y_i - Y_i'}{Y_i'} \cdot 100\% \right| = \frac{1}{7} \cdot (-0,094) \cdot 100\% = 1,347\%$$

Зведемо отримані дані так (табл. 4).

**Висновки.** У розглянутому варіанті спадного виробничого процесу показник похибки прогнозу для пропорційного методу прогнозування менший, аніж в економічній моделі, середня відносна похибка прогнозування також у рази менша. Оцінка якості моделі, розрахована за пропорційним методом, є більш високою. Прогнози

значення витрат за обома моделями логічно вкладаються у вже існуючий часовий ряд, хоча пропорційна модель надає вищий темп змінення показника. Мультиплікативна економічна модель потребує певного ряду точок, значень витрат за періоди, кількість яких повинна бути достатньо великою, тому пропорційному методу належить певна перевага, тому що для побудови прогнозних значень на майбутній операційний період потрібні дві дискретних величини, значення витрат за два минулі періоди. За наведеними розрахунками й порівняннями можна зробити висновок про доцільність використання обох методів для прогнозування обсягу витрат на один операційний період уперед.

Таблиця 4

Характеристики економічної та пропорційної прогнозних моделей (спадне виробництво)

Показник	$Z_{i-1}$ (100000 у.о.)	$Z_i$ (100000 у.о.)	$Z_{i+1}'$ (100000 у.о.)	Похибка прогнозу R	Оцінка якості моделі R <sup>2</sup>	Середня відносна похибка m <sub>a</sub>
Мультиплікативна модель	9,900	8,900	8,873	5,611%	0,943 (94,389%)	7,692%
Пропорційна модель	9,900	8,900	8,010	1,893%	0,981 (98,107%)	1,347%

Z<sub>i+1</sub>' – прогнозні значення витрат періоду i+1.

Джерело: розраховано автором на основі [5, с. 83]

#### Список використаних джерел:

1. Бланк И.А. Словарь-справочник финансового менеджера. Киев : Ника-Центр, 1998. 480 с.
2. Минцберг Г., Куин Дж., Гошал С. Стратегический процесс / пер. с англ. ; под ред. Ю.Н. Каптуровского. Санкт-Петербург : Питер, 2001. 688 с.
3. Марюта А.Н., Бойцун Н.Е. Экономико-математическое моделирование и оптимизация управления организациями : монография. Днепропетровск : Днепропетр. ун-т, 2006. 540 с.
4. Ковалёв В.В. Финансовый менеджмент. Теория и практика ; 2-е изд., перераб. и доп. Москва : Проспект, 2007. 1024 с.
5. Хелферт Э. Техника финансового анализа ; 10-е изд. Санкт-Петербург : Питер, 2003. 640 с.
6. Бережная Е.В., Бережной В.И. Математические методы моделирования экономических систем ; 2-е изд., перераб. и доп. Москва : Финансы и статистика, 2006. 432 с.
7. Антонова Л.В., Ляховец О.О. Эконометрика. Миколаїв : ЧДУ ім. П. Могили, 2011. 232 с.
8. Вентцель Е.С. Теория вероятностей : учебник для вузов ; изд. 6-е. Москва : Высшая школа, 1999. 576 с.
9. Лопатников Л.И. Экономико-математический словарь: Словарь современной экономической науки ; 5-е изд., перераб. и доп. Москва : Дело, 2003. 520 с.

#### References:

1. Blank I.A. (1998). *Slovar-spravochnik finansovogo menedzhera* [Financial Manager's Guide and Glossary]. Kiyev: Nika-Tsentr (in Russian), 480 p.
2. Mintsberg G., Quin G., Goshal S. (2001). *Strategicheskii protsess* [Strategic Process]. Saint-Petersburg: Piter (in Russian), 688 p.
3. Mariuta A.M., Boitsun N.Ye. (2006). *Ekonomiko-matematicheskoye modelirovaniye i optimizatsiya upravleniya organizatsiyami* [Economic and Mathematical Modeling and Optimization of Organizations' Management]. Dnepropetrovsk: Dnepropetrovsk University (in Russian), 540 p.
4. Kovalev V.V. (2007). *Finansovuyu menedzhment. Teoriya i praktika* [Financial Management. Theory and Practice], 2<sup>nd</sup> ed. Moscow: TK Velbi, Prospekt (in Russian), 1024 p.
5. Helfert E.A. (2003). *Tekhnika finansovogo analiza* [Techniques of Financial Analysis], 10<sup>th</sup> ed. Saint-Petersburg: Piter (in Russian), 640 p.
6. Berezhnaya Ye.V., Berezhnoy V.I. (2006). *Matematicheskiye metody modelirovaniya ekonomicheskikh sistem* [Mathematical Methods of Economic Systems' Modeling], 2<sup>nd</sup> ed., expanded and updated. Moscow: Finansy i Statistika (in Russian), 432 p.
7. Antonova L.V., Liakhovets O.O. (2011). *Ekonometrika* [Econometrics]. Mykolaiv: Chornomorskyi State University (in Ukrainian), 232 p.
8. Ventsel Ye.S. (1999). *Teoriya veroyatnostey* [Theory of Probability], 6<sup>th</sup> ed. Moscow: Vysshaya shkola (in Russian), 576 p.
9. Lopatnikov L.I. (2003). *Ekonomiko-matematicheskii slovar: Slovar sovremennoy ekonomicheskoy nauki* [Mathematical Dictionary: A Reference of Modern Applied and Mathematical Economics], 5<sup>th</sup> ed., expanded and updated. Moscow: Delo (in Russian), 520 p.

### СРАВНЕНИЕ МЕТОДОВ КРАТКОСРОЧНОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ДЛЯ УБЫВАЮЩЕГО ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРОЦЕССА

**Аннотация.** Работа посвящена исследованию и сравнению методов краткосрочного планирования и прогнозирования. Основой оценивания являются данные предприятий, которые характеризуются убывающим процессом производства, т. е. функция дохода предприятия имеет во времени убывающий характер. Функция затрат, которая является базовой для данного исследования, также убывает, как и функция дохода. Оптимизация управления предприятиями в целом и планирование отдельных операционных периодов, как правило, опираются на экономико-математическое моделирование и прогнозирование изменения показателей производственных процессов. Прогноз всегда является многовариантным и предлагает несколько альтернативных решений, поэтому на основе приведенных в работе данных

построены мультипликативная эконометрическая модель динамики часовых рядов и пропорциональная прогнозная модель на один период вперед. Оценены и сравнены ошибки прогнозов моделей. Важное условие исследования – небольшое количество данных наблюдений временного ряда (меньше 12), что в каждом случае отображается на результатах исследования.

**Ключевые слова:** эконометрическая модель, мультипликативная модель, авторегрессионное уравнение, автокорреляционная функция, пространственно-временные ряды.

#### JUXTAPOSITION OF SHORT-TERM PROGNOSTICATION METHODS FOR DECREASING INDUSTRIAL PROCESSES

**Summary.** The present work is dedicated to the investigation into the issue of short-term forecasting and prognostication methods, along with their juxtaposition. The methods applied include: dialectical method, observation method, critical and contrastive analysis and synthesis method. The research also has two more methods examined, first implying creation of econometric models of time series dynamics and second being proportional predictive method. The calculations are based on figures of a firm distinguished by its decreasing production process. This means that the firm's income function has decreasing character in time measurement. The expenditure function that is basic for the research conducted appears decreasing as well, but at a slower tempo than the income function. As a rule, optimization of firms' management at large and individual operational periods planning both rest on appliance of econometric modeling and prognostication of changes in industrial processes' figures. Forecast always turns multichoice and thus suggesting several alternative solutions. This is why the multiplicative econometric model of the time series dynamics as well as proportional predictive model for a single period in advance is being formed on the basis of the aforementioned figures. Hereupon, the errors of models' calculation are being computed and compared. The essential condition for conduct of this research proves to be the availability of a low number of time series observations data (up to 12), which obstructs the precision of calculations in each case under consideration. The research held has demonstrated that the error rate for a model formed via proportional method of prognostication recedes the one of regression autocorrelation model, with the mean relative error's value significantly shifting downwards as well. In the meanwhile, it is the regression autocorrelation model that better reflects the cumulative variation of expenditure function's time series levels for preceding periods. In this case a model's quality rating also turns of rather high predictive value. Both models imply calculations of expenditures predictive values that logically fit with the existing time series, whereas the proportional model lends higher tempo of the rate's increase. Furthermore, the research has proved that the proportional method holds a certain advantage, since here prognostication requires only two discrete quantities being expenditure values of two preceding periods. At the same time, the multiplicative model requires a sequential series of points marking the expenditure values for periods at an advisable number of over 12.

**Key words:** econometric model, multiplicative model, autoregression equation, autocorrelation function, space-time series.

**Ліганенко І. В.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри економіки та менеджменту  
Придунайської філії  
Міжрегіональної Академії управління персоналом*

**Надточій А. С.**

*студентка  
Придунайської філії  
Міжрегіональної Академії управління персоналом*

**Liganenko Iryna**

*Candidate of Economic Science,  
Associate Professor,  
Associate Professor of Economics and Management  
Prydunay Branch of PJSC «MAUP»*

**Nadtochiy Alina**

*Student of the Department of Economics and Management  
Prydunay Branch of PJSC «MAUP»*

## УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ГАЛУЗІ НА ОСНОВІ ЛОГІСТИЧНИХ ПІДХОДІВ

**Анотація.** У статті досліджено проблеми стратегічного управління підприємствами фармацевтичної галузі. Визначено переваги стратегічного аналізу та наголошено на необхідності їх системного використання на підприємстві. Запропоновано впровадження концепції збалансованої оцінної відомості для підприємств фармацевтичної галузі, яка дає змогу оцінити підприємство з чотирьох різних поглядів: покупців, компанії, новаторства і навчання та акціонерів. Наведено значення стратегічного планування та його «пастки». Розроблено схему планування виробництва на базі процесного підходу. Обґрунтовано для аналізу продажів застосування ABC-аналізу, який дає змогу правильно сформулювати групи товарів, які приносять найбільшу виручку та прибуток, а також уникнути перенасичення асортименту товарів, які мають низькі націнки та прибуток.

**Ключові слова:** логістика, фармацевтика, ABC-аналіз, процесний підхід, планування.

**Вступ та постановка проблеми.** Управління фармацевтичним підприємством на основі стратегічного планування й маркетингу зайняло провідне місце в діяльності українських фармацевтичних компаній. Це стало результатом еволюційних змін філософії їхнього бізнесу, які відбулися в умовах швидкого розвитку українського фармацевтичного ринку. Фармацевтична продукція має низку особливостей через високу споживчу цінність і через те, що є елементом системи надання медичної допомоги. Розроблення основ стратегічного управління на фармацевтичному ринку вимагає перегляду й адаптації загальних положень теорії відповідно до галузевої специфіки. У сучасних умовах трансформаційної економіки України і загострення конкуренції виникає необхідність усебічної перебудови й удосконалення діяльності фармацевтичних підприємств на засадах логістики як одного з найважливіших чинників підвищення їхньої конкурентоспроможності, що може стати предметом подальших досліджень.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У сучасній літературі багато вчених приділяють увагу питанню актуальності управління фармацевтичним підприємством із погляду логістики, серед яких – І.О. Акулова [1], Б.П. Громовик [3], Є.В. Криківський [5], О.В. Посилкіна, О.Ю. Горбунова, Ю.Є. Новицька [6] та багато інших. Але низка питань щодо концепції управління поточковими процесами на підприємствах фармацевтичної галузі Харківської області ще не досліджено. Поряд із тим, що даній проблемі приділяється багато уваги науковців, у практичній діяльності управління фармацевтичними підприємствами на основі логістичних підходів підлягає вдосконаленню,

що сприятиме підвищенню їхньої конкурентоспроможності як на вітчизняному, так і на зарубіжному ринках.

**Метою** даної роботи є обґрунтування доцільності управління підприємствами фармацевтичної галузі на основі логістичних підходів.

**Результати дослідження.**

Сьогодні логістику доцільно розглядати як сучасну стратегію підприємств, яка реалізується з метою прогресивного розширення ринку, забезпечення ресурсозбереження. Практика показує, що на більшості підприємствах фармацевтичної галузі склалося зневажливе ставлення до стратегічного менеджменту, що не дає змоги реалізувати потенціал компанії в повному обсязі та системно впроваджувати логістичні підходи. Частково це пояснюється складністю проведення ситуаційного аналізу, своєчасного виявлення загроз та суперечностей та розроблення ефективної стратегії.

Впроваджувати на підприємстві логістичні підходи можливо, якщо стратегія підприємства буде чітко усвідомлена та погоджена з менеджерами, які будуть її реалізовувати.

Стратегічне управління – це, з одного боку, одна з найбільш слабкоструктурованих сфер менеджменту, а з іншого – потужний інструмент, яким ще потрібно навчитися користуватися. Більш популярною є оперативна діяльність через її простоту та зрозумілість [1].

На практиці на підприємствах більше уваги приділяється вирішенню поточних завдань, а не стратегічному управлінню, що може забезпечити локальні зміни, але не сприяють довгостроковому без кризовому розвитку,

досягненню перспективних конкурентних переваг тощо.

Впровадження стратегічного менеджменту на підприємствах фармацевтичної галузі обґрунтовано такими його перевагами (рис. 1). Разом із тим стратегічний менеджмент має низку недоліків, що передусім пов'язано з його неефективною організацією через недостатність ресурсів для проведення аналізу, відсутністю ефективної інформаційно-маркетингової системи, а також особливостями корпоративної культури, яка не сприймає стратегії маркетингу, і лідерами, не схильними до новацій [6].

Важливість стратегічного аналізу виявляється у таких ситуаціях, як зміни на ринку, які зумовлені появою нових гравців, конкурентів, інноваційних лікарських засобів, технологій виробництва та маркетингу; зменшення обсягу прибутку, збільшення виробничих витрат; планування виходу на нові ринки, випуску нових товарів та лікарських засобів; планування застосування нових бізнес-процесів, структурної перебудови системи управління [5].

На нашу думку, фармацевтичним підприємствам доцільно застосовувати концепцію збалансованої оцінної відомості, яка дає змогу бачити підприємство з погляду покупців, акціонерів, новаторства і навчання та управління. За такого підходу менеджери отримують необхідну різнобічну інформацію, яка разом із тим обмежена набором найбільш доцільних показників.

Принципово важливим питанням під час розроблення стратегії є планування, яке забезпечує ефективне управління підприємством за наявності розроблених планів, що враховують особливості господарської діяльності підприємства; своєчасне виявлення відхилення від цільових значень із метою прийняття оперативних управлінських рішень; зосередження уваги всіх працівників на конкретних завданнях; зміцнення ринкової позиції тощо [7].

Розроблений план підприємства закріплюється у відповідних документах: бізнес-планах, програмах розвитку та здійснення бізнес-операцій, у яких вказуються основні положення планів, зокрема обсяги виробництва, асортимент

продукції, ринки збуту, маркетингові заходи, цільові значення показників оцінки ефективності тощо [8].

Одним із підходів, який сприяє оптимізації та підвищенню узгодженості планів, є процесний, який передбачає об'єднання планування збуту, виробництва та фінансів у єдиний бізнес-процес. Забезпечення єдності здійснюється за рахунок виокремлення підрозділу логістики як організатора і виконавця планування обсягів виробництва, постачання та величини запасів продукції на складах усього асортименту підприємства, інтегратора збуту та виробництва.

Важливим інструментом аналізу продажу товару для впровадження процесного підходу є ABC-аналіз (рис. 2).

У практиці застосування ABC-аналізу необхідне для правильного формування груп товарів, які приносять найбільшу виручку та формують прибуток, а також для того, щоб уникнути перенасичення асортименту в тих товарних групах, які мають маленький прибуток і малу націнку [9]. ABC-аналіз дасть змогу виділити пріоритетні, базові та унікальні категорії товарів, що сприятиме розвитку та зміцненню позицій певних товарів.

Метод ABC-аналізу дає змогу отримати систематизовану та точну інформацію за різними напрямками (клієнтами, препаратами тощо), що, своєю чергою, надає можливості здійснювати об'єктивне оцінювання ефективності бізнес-процесів, визначати резерви підвищення ефективності діяльності та, відповідно, приймати адекватні й оперативні управлінські рішення. За даним методом товари групуються так:

- 1) найбільш цінні, які займають 20% товарних запасів та забезпечують 80% продажів;
- 2) проміжні, які займають 30% товарних запасів та забезпечують 15% продажів;
- 3) найменш цінні, які займають 50% товарних запасів та забезпечують 5% продажів.

Таким чином, можна класифікувати асортимент, постачальників, покупців, тривалість періодів продажу тощо.



Рис. 1. Переваги та недоліки стратегічного менеджменту

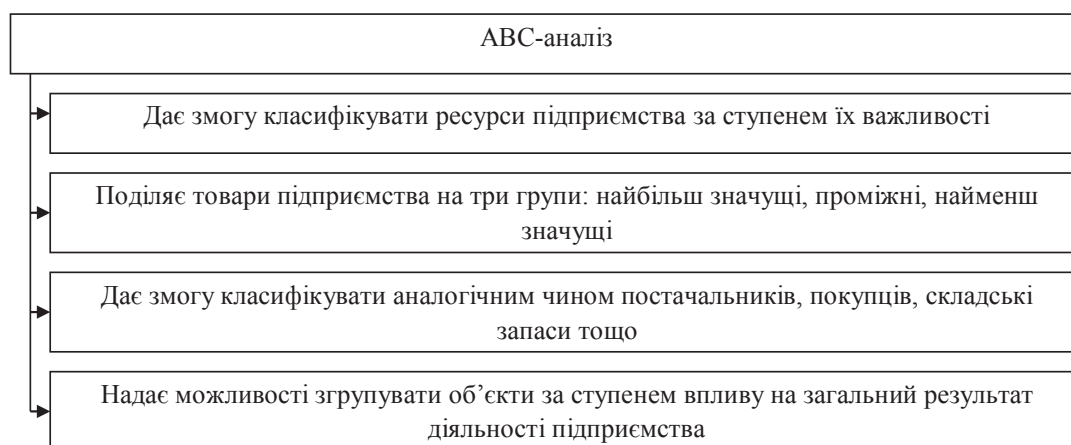


Рис. 2. Характеристика ABC-аналізу

**Висновки.** Проведене дослідження дало змогу зробити такі висновки:

1. Для підвищення ефективності діяльності підприємств фармацевтичної галузі доцільним є впровадження стратегічного аналізу, що дає змогу зв'язати рішення поточних проблем із майбутніми результатами, визначити можливості, загрози, слабкі та сильні сторони та ін.

2. Для підвищення ефективності стратегічного аналізу фармацевтичним компаніям запропоновано використовувати

концепцію збалансованої оцінної відомості, яка пропонує менеджерам компанії отримати відповіді на чотири запитання й у результаті поглянути на своє підприємство з чотирьох різних позицій: покупців, компанії, новаторства і навчання та акціонерів.

3. Для оптимізації планів пропонується впровадження процесного підходу (логістичного), за яким координатором збуту і виробництва виступає відділ логістики.

4. Важливим інструментом аналізу продажу товару для впровадження логістичного підходу є ABC-аналіз.

#### Список використаних джерел:

1. Акулова І.О. Стратегічні аспекти управління логістичною взаємодією в системі маркетингу партнерських відносин. *Труди 13-ї Міжнародної науково-технічної конференції*. Харків : ХНПК «ФЭД», 2007. С. 598–602.
2. Бродецкий Г.Л. Моделирование логистических систем. Оптимальные решения в условиях риска. Москва : Вершина, 2006. 376 с.
3. Громовик Б.П. Методологічні аспекти управління інтегрованими потоковими процесами у фармацевтичній галузі. *Фармацевтичний журнал*. 2003. Вип. 3. С. 3–11.
4. Фармацевтичний маркетинг: збірник вправ / навчальний посібник / за ред. Л.А. Мороз. Львів : Наутилус, 2000. 320 с.
5. Крикавський Є.В., Рикованова І.С., Янковська Л.А. Інноваційні рішення у фармацевтичній логістиці. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Логістика»*. 2011. Вип. 706. С. 222–231.
6. Посилкіна О.В., Горбунова О.Ю., Новицька Ю.С. Дослідження сучасних трендів дистрибуції та управління запасами у фармації. *Управління, економіка та забезпечення якості в фармації*. 2012. Вип. 5(25). С. 56–61.
7. Посилкіна О.В. Шляхи реалізації інноваційної моделі розвитку фармацевтичної галузі України. *Вчені записки Харківського інституту управління науковими журналами*. 2013. Вип. 34. С. 127–140.
8. Посилкіна О.В., Сагайдак-Нікітюк Р.В., Загорій Г.В. Логістичний менеджмент фармацевтичного виробництва : монографія. Харків : Золоті сторінки, 2011. 772 с.
9. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: підручник. Київ : КНЕУ, 2004. 699 с.

#### References:

1. Akulova I.O. (2007) Strategic aspects of logistics interaction management in the Partnership Marketing System. *Proceedings of the 13th International Scientific and Technical Conference*. Kharkiv: CEDP "FED", pp. 598–602.
2. Brodetsky G.L. (2006) Modelirovanie logisticheskikh sistem. Optimal'ny'e resheniya v usloviyakh riska [Modeling of logistics systems]. *Optimal solutions in risk conditions*. Moscow: Verkhina. 376 p.
3. Gromovik B.P. (2009) Metodologichni aspekti upravlinnya i ntegrovanimi potokovimi procesami u farmaceutichnij galuzi [Methodological aspects of integrated flow management in the pharmaceutical field]. *Pharmaceutical Journal*. Vol. 3. pp. 3–11.
4. Moroz L.A. (200) Farmaceutichnij marketing [Pharmaceutical Marketing]. Lviv: Nautilus. 320 p.
5. Krykavskyy E.V., Rykovanova I.S., Yankovskaya L.A. (2011) Innovacijnij ri shennya u farmaceutichnij logi sticij [Innovative solutions in pharmaceutical logistics]. *Bulletin of the National University "Lviv Polytechnic". Logistics Series*. Vol. 706. P. 222–231.
6. Posilkina O.V., Gorbunova O.Y., Novitskaya Yu.E. (2012) Dosli dzhennya suchasnikh trendi v distrib'yucij i ta upravlinnya zapasami u farmacii [Investigation of current trends in distribution and inventory management in pharmacy]. *Management, Economics and Quality Assurance in Pharmacy*. Vol. 5(25). P. 56–61.
7. Posilkina O.V. (2013) Shlyakhi reali zacij i innovacijnoyi modeli rozvitku farmaceutichnoyi galuzi Ukrayini [Ways of realization of innovative model of development of pharmaceutical industry of Ukraine]. *Scientific notes of the Kharkov Institute for the Management of Scientific Journals*. Vol. 34. pp. 127–140.
8. Posilkina O.V., Sagaydak-Nikityuk R.V., Zagoriy G.V. (2011) Logistichnij menedzhment farmaceutichnogo virobnicztva [Logistic management of pharmaceutical production]. Kharkiv: Golden Pages. 772 p.
9. Shershnev Z. E. (2004) Strategichne upravlinnya [Strategic Management]. Kiev: KNEU. 699 p.



## УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ НА ОСНОВЕ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ

**Аннотация.** В статье исследованы проблемы стратегического управления предприятиями фармацевтической отрасли. Определены преимущества стратегического анализа и подчеркнута необходимость их системного использования на предприятии. Предложено внедрение концепции сбалансированной оценочной ведомости для предприятий фармацевтической отрасли, которая позволяет оценить предприятие с четырех различных точек зрения: покупателей, компании, новаторства и обучения и акционеров. Приведено значение стратегического планирования и его «ловушки». Разработана схема планирования производства на базе процессного подхода. Обосновано для анализа продаж применение ABC-анализа, который позволяет правильно сформировать группы товаров, приносящих наибольшую выручку и прибыль, а также позволяющих избежать перенасыщения ассортимента товаров, имеющих низкую наценку и прибыль.

**Ключевые слова:** логистика, фармацевтика, ABC-анализ, процессный подход, планирование.

## MANAGEMENT OF PHARMACEUTICAL ENTERPRISES BASED ON LOGISTIC APPROACHES

**Summary.** The article investigates the problems of strategic management of pharmaceutical industry enterprises, in particular, it is stated that modern enterprises have sufficient relevant knowledge, but in practice do not have a systematic approach, which leads to a decrease in the quality of management. The advantages of strategic analysis, including forecasting the consequences of managerial decisions, the ability to identify alternative ways to achieve goals, highlight the threats and opportunities, strengths and weaknesses, readiness for the future and establishing responsibility. The need for their systematic use in the enterprise is emphasized. The introduction of the concept of balanced valuation information for the enterprises of the pharmaceutical industry is offered, which allows to evaluate the enterprise from four different perspectives: buyers, companies, innovations and training and financial. The importance of strategic planning and its "pitfalls", such as bureaucratization of procedures, the gap between current and strategic activities, overestimation of expectations, large losses of time, which slows down the enterprise response to environmental disturbance. It is emphasized that the importance of strategic analysis is manifested in situations such as changes in the market caused by the emergence of new players, competitors, innovative medicines, production technologies and marketing; decrease in profit, increase in production costs; planning to enter new markets, launch new products and medicines; planning of application of new business processes, structural restructuring of the management system. The scheme of production planning based on process approach is developed, in which such elements as determination of possibility and necessity of management of enterprise, determination of object and subject of management, establishment of management purpose, substantiation of functions and process of management, definition of management methodology, separation of management principles, development of a management mechanism, indication of branch features of management. This strategic planning scheme helps to improve the management of pharmaceutical companies. It is justified for sales analysis of the use of ABC analysis, which allows you to correctly form the product groups that bring the highest revenue and profit, and also to avoid oversaturation of products that have a low margin and profit.

**Key words:** logistics, pharmaceuticals, ABC analysis, process approach, planning.

**Макаренко О. І.**

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри економічної кібернетики  
Запорізького національного університету*

**Землянський О. О.**

*магістр  
Запорізького національного університету*

**Makarenko Olena**

*PhD in Economics, Associate Professor  
Department of Economic Cybernetics  
Zaporizhzhya National University*

**Zemlianskyi Oleksandr**

*Master of the Department of Economic Cybernetics  
Zaporizhzhya National University*

## АНАЛІЗ ДИНАМІКИ СТРУКТУРНИХ ЗМІН ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ТА ЗАПОРІЗЬКОГО РЕГІОНУ

**Анотація.** Сфера послуг є домінуючою в економіці розвинених країн. Важливою ознакою суспільства з високим рівнем добробуту є висока частка людей, зайнятих у сфері послуг. Аналіз поточного стану та динаміки розвитку економічної структури країни та регіону дає змогу виявляти проблемні сектори та чинники, що негативно впливають на розвиток економіки, а також виявляти найбільш перспективні галузі з метою стимулювання інвестицій у них. Метою статті є порівняльний аналіз динаміки розвитку економіки України та Запорізького регіону на основі методів структурного аналізу. У роботі досліджено динаміку розвитку економіки України та Запорізького регіону за показниками валового внутрішнього продукту України та валової доданої вартості. Наведено структуру означених показників за секторами економіки: первинним (промисловість), вторинним (сільське господарство), третинним (сфера послуг) і четвертинним (послуги з високою індивідуалізацією). Встановлено, що в Україні та Запорізькому регіоні відбувається перехід до постіндустріальної моделі економіки з розвиненим третинним та четвертинним секторами. Ознаками цього є структурні зміни у ВВП України та у ВДВ Запорізького регіону: зростання частки сфери послуг та сільського господарства в економіці з одночасним падінням частки промислового виробництва. Досліджено структуру зайнятого населення України та Запорізького регіону за чотирма секторами економіки. Визначено, що структура зайнятого населення Запорізького регіону істотно відрізняється від структури зайнятого населення України (за часткою зайнятих у сфері послуг та промисловості). Аналіз динаміки частки зайнятих у промисловості та сільському господарстві дав змогу дійти висновку, що у Запорізькому регіоні збільшення частки зайнятого населення у сільському господарстві корелює зі зменшенням частки зайнятого населення у промисловості. Аналіз динаміки та структури зайнятого населення за секторами економіки у Запорізькому регіоні дав змогу зробити висновок, що частка зайнятого населення у промисловості значно більше, ніж у середньому по Україні, а частка зайнятого населення у сфері послуг є значно меншою, ніж в середньому по країні, отже, можна припустити, що в регіоні існують значні можливості для перспективного економічного зростання за умови розвитку сфери послуг.

**Ключові слова:** сфера економічної діяльності, сектор економіки, динаміка, структура, валовий внутрішній продукт, валова додана вартість, ринок праці, зайнятість населення.

**Вступ та постановка проблеми.** Сфера послуг є потужним сектором національної економіки. Важливою характерною ознакою суспільств із високим рівнем добробуту є висока частка людей, зайнятих у сфері послуг. Сфера послуг є домінуючою в економіці розвинених постіндустріальних країн. Так, у 2012 р. частка сфери послуг у валовому внутрішньому продукті (ВВП) Німеччини становила 72,98%, а в 2018 р. – 73,45% [1]. У структурі світового ВВП частка сфери послуг у 2009 р. становила 63,4%, а в 2017 р. – 63,6% [2]. За дослідженнями О. Мемедовік [3], сектор послуг вже почав доминувати у 1970 р. та становив 52% світового виробництва, а в 2005 р. – 68%. Сфера послуг складається з тих галузей та видів економічної діяльності, які забезпечують перехід національної економіки до постіндустріального та інформаційного типу [4].

Збільшення частки сфери послуг та скорочення промислового виробництва в економіці не завжди означають скорочення абсолютного обсягу випуску промислової продукції, а абсолютний обсяг випуску продукції сільського господарства з розвитком економіки зазвичай зростає, незважаючи на значне падіння цієї частки економіки у ВВП країни. Аналіз поточного стану та динаміки

розвитку економічної структури дає змогу виявляти проблемні сектори і вади, що негативно впливають на розвиток економіки, а також виявляти найбільш перспективні галузі з метою стимулювання інвестицій у них. Отже, дослідження структурних змін в економіці є важливим науково-практичним завданням.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню структурних зрушень в економіці присвячено праці багатьох науковців. Зі зміною економічного устрою змінювалися і пріоритетні напрями дослідження структурних змін. Так, А. Сміт уважав, що рівень економічного розвитку визначає структуру економіки. Д. Рікардо уважав, що для економічного зростання необхідною умовою є зміна структури виробничої системи.

Значний теоретичний і практичний внесок у дослідження структурних зрушень в економічних системах різного рівня належить таким ученим як В. Геєць [5], В. Галіцин, Л. Сергєєва [6], В. Чухно [7] та ін.

У розвинених країнах під час дослідження структурних закономірностей економічного розвитку широкого поширення набула теорія трьох секторів. В основі цієї теорії лежить розподіл усіх галузей народного господарства

на три великі групи, які отримали назви первинного, вторинного, третинного секторів [8]. Розподіл трудових ресурсів за секторами економіки відображає модель Кларка-Фішера. Згідно з моделлю Кларка-Фішера, економічні системи країн у своєму розвитку проходять три етапи: доіндустріальний (аграрний), індустріальний та постіндустріальний. Залежно від етапу розвитку змінюється структура економіки – частки первинного (промисловість), вторинного (сільське господарство), третинного (сфера послуг) і четвертинного (послуги з високою індивідуалізацією) секторів. Під четвертинним сектором економіки розуміють послуги з високою доданою вартістю та ступенем індивідуалізації.

Кожен з етапів істотно відрізняється від попереднього частками первинного, вторинного і третинного секторів в економіці, структурою зайнятості та рівнем добробуту населення.

Незважаючи на значну кількість наукових надбань, питанню аналізу тенденцій розвитку економіки України та її регіонів з урахуванням структурних змін приділено недостатньо уваги.

**Метою** даної роботи є порівняльний аналіз динаміки розвитку економіки України та Запорізького регіону на основі методів структурного аналізу.

#### Результати дослідження.

Аналіз динаміки структури економіки України та Запорізького регіону здійснено на основі порівняння макроекономічних показників виробництва та зайнятості населення.

Динаміку структури ВВП України за період 2001–2017 р. представлено на рис. 1.

У період із 2001 по 2017 р. відбулося скорочення частки промислового виробництва у ВВП України з 30% у 2001 р. до 23% у 2017 р. і одночасне зростання частки сфери послуг з 37,6% у 2001 р. до 42,7% у 2017 р. Стверджувати про наявність стійкого тренду у розвитку динаміки часток сфери послуг і промисловості складно, оскільки частка промисловості з 2009 р. майже не зміни-

лася (24,76% у 2009 р. проти 23,37% у 2017 р.), а частка сфери послуг узагалі впала із 47,64% у 2009 р. до менше ніж 43% у 2017 р. Але можна відзначити, що найбільш значна зміна у перерозподілі часток сфери послуг та промисловості відбулася під час кризи 2008 р., коли промислове виробництво значно скоротилося і не відновило свою провідну роль в економіці країни.

З рис. 1 видно, що частка сільського господарства у загальному обсязі ВВП скорочувалася у періоди зростання реального ВВП (2001–2007 рр.) і зростала у кризові роки.

У даному дослідженні виділено четвертинний сектор економіки, в якому виокремлено послуги з високою доданою вартістю та ступенем індивідуалізації, а саме послуги у сфері освіти та послуги, пов'язані з інформацією та телекомунікаціями. Частка четвертинного сектору в економіці України за період, що аналізується, майже не змінилася і становила 7,3% у 2001 р. проти 8,16% у 2017 р.

Одними з показників економічного розвитку регіону є валовий регіональний продукт (ВРП) та валова додана вартість (ВДВ). Динаміку означених показників Запорізького регіону представлено на рис. 2.

Динаміка зміни показників майже однакова. Коефіцієнт кореляції між величиною ВРП і ВДВ Запорізького регіону дорівнює 0,998. Отже, для аналізу структури економіки регіону використано показник ВДВ за видами економічної діяльності.

Динаміку структури ВДВ Запорізького регіону за період із 2001 по 2016 р. представлено на рис. 3.

Економічна криза 2007 р. негативно вплинула на промисловість Запорізького регіону та спричинила скорочення її частки з 53% у 2007 р. до 42% у 2009 р. У 2016 р. промисловість становила лише 42% у ВДВ.

Частка сільського господарства регіону у період економічного зростання 2001–2007 р. скоротилася з 14% до 6%, проте після 2007 р. почалося зростання, сягнувши 15% у 2015 р. та 14% у 2016 р.

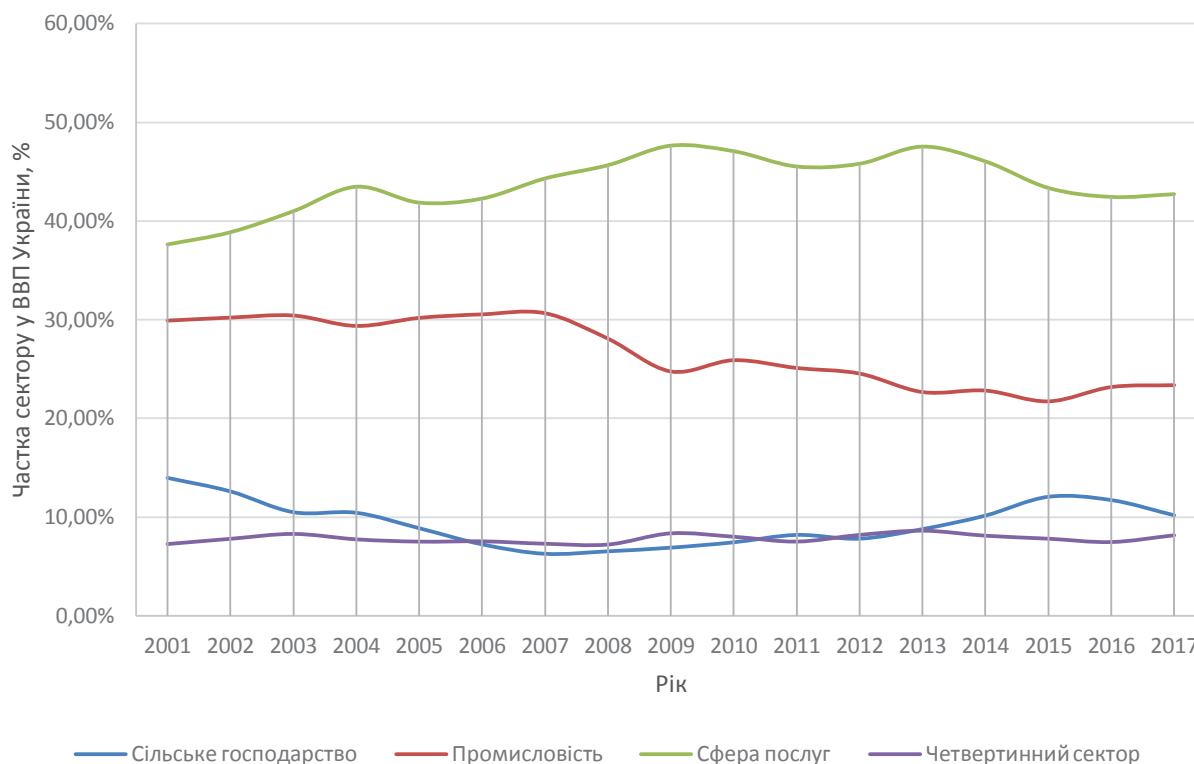


Рис. 1. Динаміка структури ВВП України, 2001–2017 р.

Джерело: побудовано авторами на основі [9]

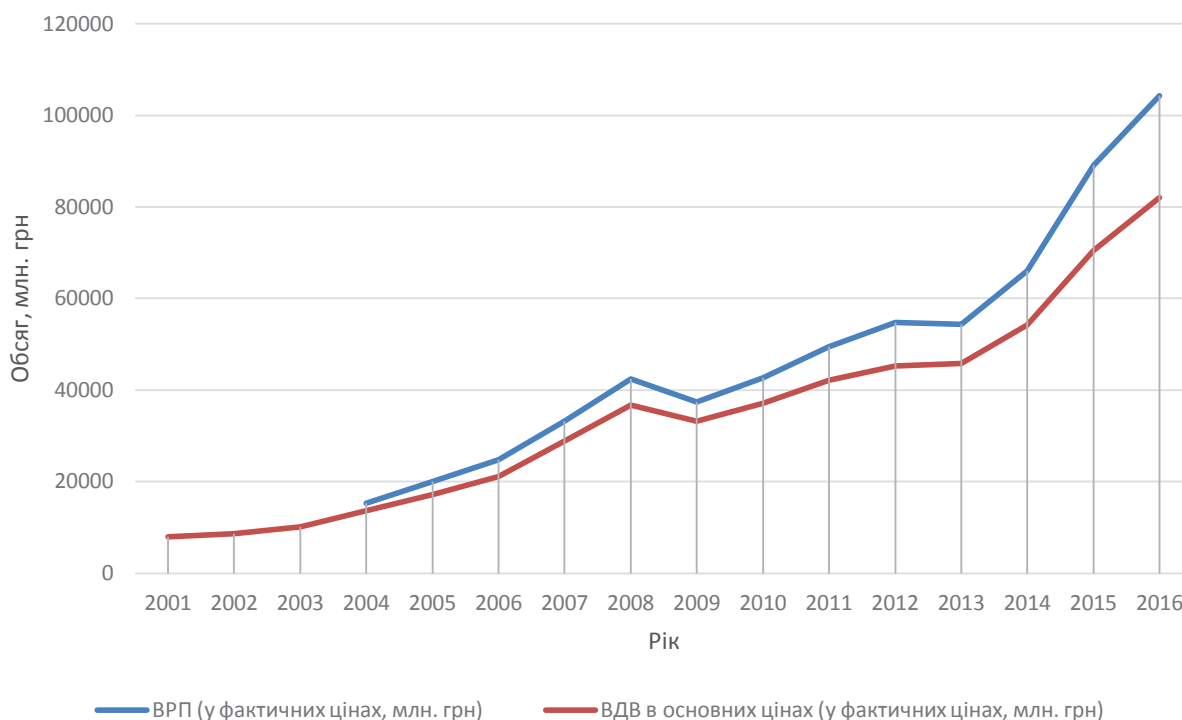


Рис. 2. Динаміка ВРП та ВДВ Запорізького регіону, 2004–2017 рр.

Джерело: побудовано авторами на основі [10]

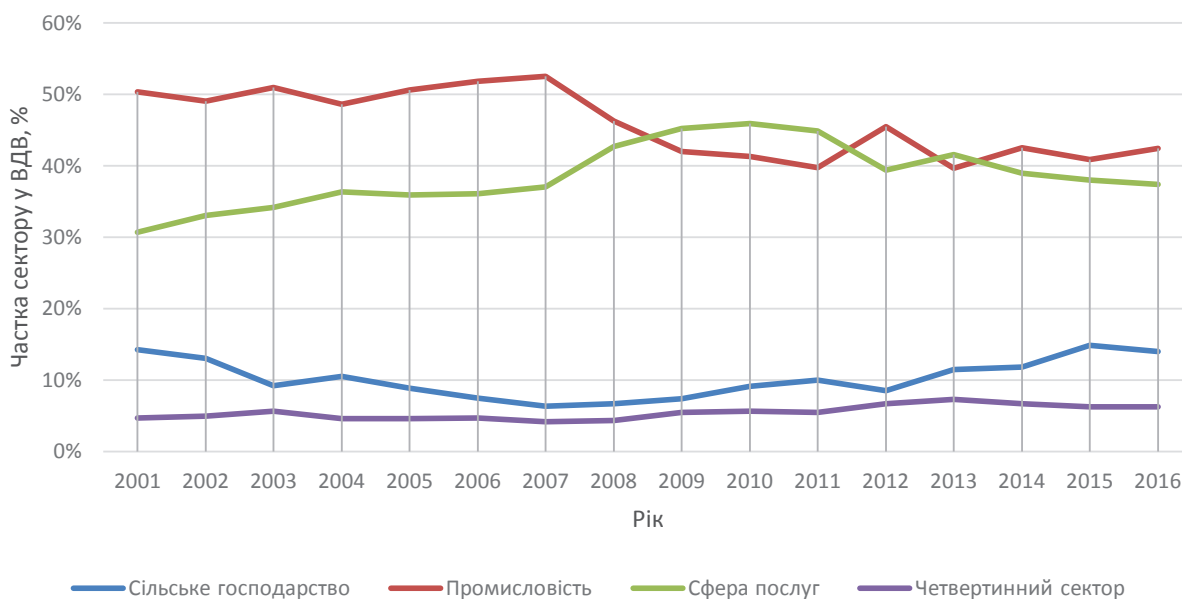


Рис. 3. Структура ВДВ Запорізького регіону за секторами економіки, 2001–2016 рр.

Джерело: побудовано авторами на основі [10]

Водночас частка сфери послуг Запорізького регіону збільшилася з 37% у 2007 р. до 45% у 2009 р. Проте починаючи з 2012 р. відбулося значне скорочення частки сфери послуг у регіоні із 45% у 2012 р. до 37% у 2016 р.

Важливим етапом дослідження структурних змін в економіці країни та її регіонів є дослідження структурних зрушень у сфері зайнятості [11].

На рис. 4 наведено динаміку структури зайнятого населення України та Запорізького регіону за секторами економіки: сільським господарством, промисловістю.

На рис. 5 представлено динаміку зайнятого населення у сфері послуг в Україні та Запорізькому регіоні.

Структура зайнятого населення Запорізького регіону за сферами економічної діяльності істотно відрізняється від структури зайнятого населення України (за часткою зайнятих у сфері послуг та промисловості). Станом на 2017 р. у сфері послуг у Запорізькому регіоні було зайнято на 6% менше, ніж у середньому по Україні, а у сфері промислового виробництва – значно більше, ніж у середньому по Україні, на 7%. У Запорізькому регіоні за період, що аналізується, частка зайнятого населення у промисловості скоротилася на 5% і становила в 2017 р. 22% порівняно з 2008 р. Істотних змін у промисловій сфері з 2014 р. не відбувалося. Аналіз динаміки частки зайнятих

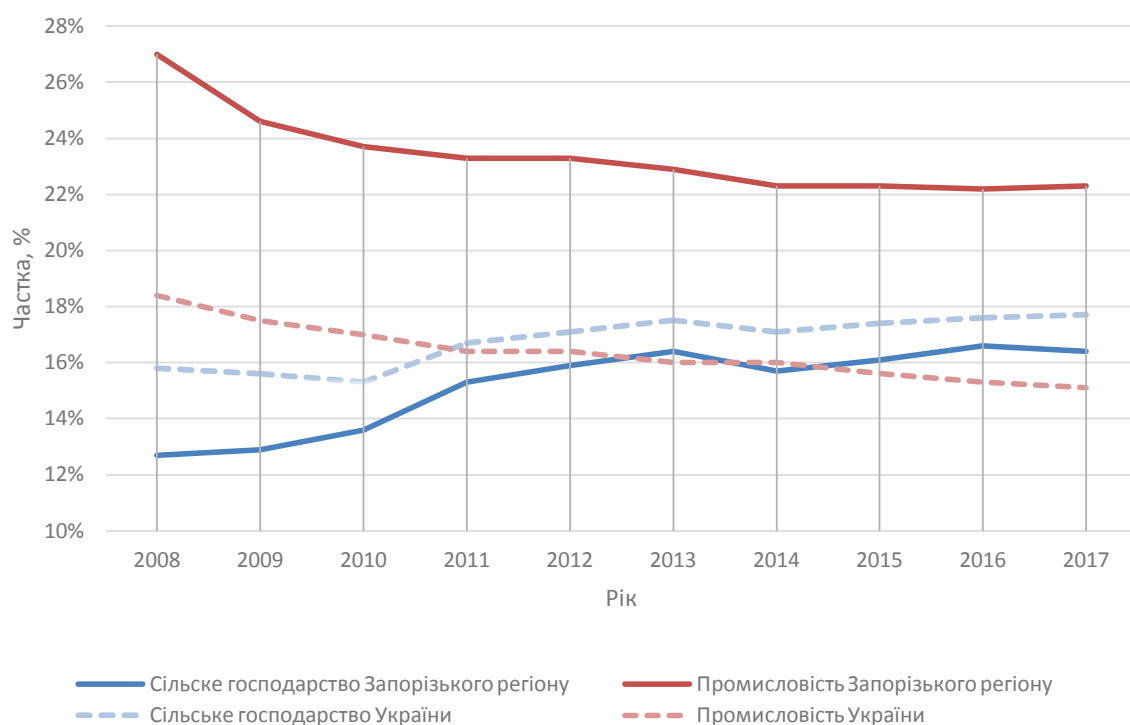


Рис. 4. Частка зайнятого населення у сільському господарстві та промисловості України та Запорізького регіону, 2008–2017 рр.

Джерело: побудовано авторами на основі [12]



Рис. 5. Частка зайнятих у сфері послуг в Україні та Запорізькому регіоні, 2008–2017 рр.

Джерело: побудовано авторами на основі [12]

у промисловості та сільському господарстві (рис. 4) дав змогу дійти висновку, що збільшення частки зайнятого населення у сільському господарстві корелює зі зменшенням частки зайнятого населення у промисловості.

Як видно з рис. 5, найбільша частка зайнятих у сфері послуг у Запорізькому регіоні була зафіксована у 2010 р. – близько 63%. У період із 2011 по 2017 р. частка зайнятих у сфері послуг Запорізького регіону скоротилася і становила близько 62%. Отже, станом на 2017 р., за даними офіційної статистики, найбільша частка населення Запорізького регіону – 62% зайнята у сфері послуг, на другому місці за кількістю зайнятих – промисловість із часткою 22%, на третьому місці – сільське господарство із часткою 16%.

Істотні зміни щодо структури зайнятості населення у сфері послуг як в Україні, так і в Запорізькому регіоні відсутні.

**Висновки.** У роботі проаналізовано динаміку структури ВВП України та ВДВ Запорізького регіону. Структуру ВВП та ВДВ досліджено за чотирма секторами: сільським господарством, промисловістю, сферою послуг та четвертинним сектором. Було виявлено, що у цілому по Україні та в Запорізькому регіоні відбувається перехід до постіндустріальної моделі економіки з розвиненим третинним та четвертинним секторами. Ознаками цього є структурні зміни у ВВП України: зростання частки сфери послуг та сільського господарства в економіці з одночасним падінням частки промислового виробництва. Можна припустити що

в Україні та Запорізькому регіоні зокрема відсутній інтенсивний розвиток економіки. Обсяг сфери послуг при цьому залишається майже незмінним. Окрім того, четвертинний сектор економіки, до якого увійшли послуги, які пов'язані з наданням освіти, інформацією та телекомунікаціями, станом на 2017 р. становив 7% у структурі ВВП України та за період, що аналізувався, майже не змінився.

Аналіз динаміки та структури зайнятого населення за секторами економіки у Запорізькому регіоні дав

змогу зробити висновок, що частка зайнятого населення у промисловості значно більше, ніж у середньому по Україні, а частка зайнятого населення у сфері послуг є значно меншою, ніж у середньому по Україні, отже, можна припустити, що в регіоні існують значні можливості для перспективного економічного зростання за умови розвитку сфери послуг. Перспективою подальших досліджень є моделювання структурних зрушень на рівні країни та регіону.

#### Список використаних джерел:

1. National accounts, domestic product. URL : <https://www.destatis.de/EN/FactsFigures/NationalEconomyEnvironment/NationalAccounts/NationalAccounts.html> (дата звернення: 10.02.2019).
2. Economy: World. URL : <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/> (дата звернення: 08.01.2019).
3. Memedovic O., Iapadre L. Structural Change in the World Economy: Main Features and Trends. 2010. URL : <https://www.researchgate.net/publication/263543170> (дата звернення: 05.02.2019).
4. Шевченко Ю.В. Методологічні засади регулювання розвитку сфери послуг України в умовах глобалізації. *Ефективна економіка*. 2014. № 8. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3600> (дата звернення: 12.11.2019).
5. Стратегічні виклики XXI століття суспільству та економіці України : у 3-х т. / за ред. В.М. Геєця, В.П. Семиноженка, Б.Є. Кваснюка. Київ : Фенікс, 2007.
6. Сергеева Л.Н. Структурные сдвиги в постиндустриальной экономике. *Модели управления в рыночной экономике* : сб. науч. тр. Донецк : ДонНУ, 2011. С. 271–280.
7. Чухно А.А. Постиндустриальна економіка: теорія, практика та їх значення для України. Київ : Логос, 2003. 631 с.
8. Попов О.І. Теорія трьох секторів. *Економічна теорія*. 2006. URL : <http://elbib.in.ua/teoriya-treh-sektorov20495.html> (дата звернення: 09.11.2019).
9. Виробництво та розподіл валового внутрішнього продукту за видами економічної діяльності. *Державна служба статистики України*. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 12.10.2019).
10. Валовий регіональний продукт. *Державна служба статистики України*. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 12.10.2019).
11. Сергеева Л.Н., Ус Г.О., Макаренко О.І. Аналіз структурних зрушень в сфері зайнятості України. *Механізми, стратегії, моделі та технології управління економічними системами за умов інтеграційних процесів: теорія, методологія, практика* : матеріали V ювілейної міжнар. наук.-практ. конф., м. Мукачєво, 5–7 жовтня 2018 р. Хмельницький, 2018. С. 160–163.
12. Зайняте населення за видами економічної діяльності. *Державна служба статистики України*. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 20.11.2019).

#### References:

1. National accounts, domestic product. Available at : <https://www.destatis.de/EN/FactsFigures/NationalEconomyEnvironment/NationalAccounts/NationalAccounts.html> (accessed 10 February 2019).
2. The world GDP. Available at : <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/> (accessed 8 January 2019).
3. Memedovic, O. and Iapadre, L. (2010) Structural Change in the World Economy: Main Features and Trends. Available at : <https://www.researchgate.net/publication/263543170> (accessed 05 February 2019).
4. Shevchenko, Ju.V. (2014) Metodologichni zasady rehulyuvannya rozvytku sfery posluh Ukrayiny v umovakh hlobalizatsiyi [Methodological bases of the regulation of the services sphere development in Ukraine in the context of globalization]. *Efektivna ekonomika*, № 8. Available at : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3600> (accessed 12 November 2019).
5. Heyets, V.M. (ed.) (2007) *Strategichni vyklyky XXI stolittya suspilstvu ta ekonomici Ukrayiny* [Strategic Challenges of the 21<sup>st</sup> Century for Ukrainian Society and Economy] : 3 vol. / ed. by Heyets, V.M., Semynozhenko, V.P., Kvasnyuk, B.Ye. Kyiv : Phoenix.
6. Sergeeva, L.N. (2011) Strukturnye sdvigi v postindustrial'noy ekonomike. [Structural shifts in the post-industrial economy]. *Modeli upravleniya v rynochnoy ekonomike*: sb. nauch. tr. Doneck : DonNU, pp. 271–280.
7. Chukhno, A.A. (2003) *Postindustrial'na ekonomika: teoriya, praktyka ta yikh znachennya dlya Ukrayiny* [Postindustrial economy: theory, practice that is significant for Ukraine]. Kyiv : Loghos.
8. Popov, O.I. (2006) Teoriya tr'okh sektoriv [Theory of Three Sectors]. *Ekonomichna teoriya*. Available at : <http://elbib.in.ua/teoriya-treh-sektorov20495.html> (accessed 09 November 2019).
9. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. *Vyrobnystvo ta rozpodil valovoho vnutrishn'oho produktu za vydamy ekonomichnoyi diyal'nosti* [Production and distribution of gross domestic product by types of economic activity]. Available at : <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed 12 October 2019).
10. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. *Valovyy rehional'nyy produkt* [Gross regional product]. Available at : <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed 12 October 2019).
11. Sergeeva, L.N., Us, Gh.O., Makarenko, O.I. (2018) Analiz strukturnykh zrushen' v sferi zaynyatosti Ukrayiny [Analysis of structural infringements in the sphere of employment in Ukraine]. *Mekhanizmy, stratehiyi, modeli ta tekhnolohiyi upravlinnya ekonomichnymy systemamy za umov intehratsiynykh protsesiv: teoriya, metodolohiya, praktyka: materialy V yuvileynoyi mizhnar. nauk.-prakt. konf. (m. Mukachevo, Oct 5–7, 2018)*. Khmel'nyts'kyy, pp. 160–163.
12. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. *Zaynyate naseleennya za vydamy ekonomichnoyi diyal'nosti* [Populate for species of economy]. Available at : <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed 20 November 2019).

## АНАЛИЗ ДИНАМИКИ СТРУКТУРНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ И ЗАПОРОЖСКОГО РЕГИОНА

**Аннотация.** Сфера услуг является доминирующей в экономике развитых стран. Важным признаком общества с высоким уровнем благосостояния является высокая доля людей, занятых в сфере услуг. Анализ текущего состояния и динамики развития экономической структуры страны и региона позволяет выявлять проблемные сектора и факторы, негативно влияющие на развитие экономики, а также выявлять наиболее перспективные отрасли с целью стимулирования инвестиций в них. Целью статьи является сравнительный анализ динамики развития экономики Украины и Запорожского региона на основе методов структурного анализа. В работе исследована динамика развития экономики Украины и Запорожского региона по показателям валового внутреннего продукта Украины и валовой добавленной стоимости. Приведена структура указанных показателей по секторам экономики: первичным (промышленность), вторичным (сельское хозяйство), третичным (сфера услуг) и четвертичным (услуги с высокой индивидуализацией). Установлено, что в Украине и в Запорожском регионе происходит переход к постиндустриальной модели экономики с развитым третичным и четвертичным секторами. Признаками этого являются структурные изменения в ВВП Украины и в ВДВ Запорожского региона: рост доли сферы услуг и сельского хозяйства в экономике с одновременным падением доли промышленного производства. Исследована структура занятого населения Украины и Запорожского региона по четырем секторам экономики. Определено, что структура занятого населения Запорожского региона существенно отличается от структуры занятого населения Украины (по доле занятых в сфере услуг и промышленности). Анализ динамики доли занятых в промышленности и сельском хозяйстве позволил сделать выводы, что в Запорожском регионе увеличение доли занятого населения в сельском хозяйстве коррелирует с уменьшением доли занятого населения в промышленности. Анализ динамики и структуры занятого населения по секторам экономики в Запорожском регионе позволил сделать вывод, что доля занятого населения в промышленности значительно больше, чем в среднем по Украине, а доля занятого населения в сфере услуг – значительно меньше, чем в среднем по Украине, следовательно, можно предположить, что в регионе существуют значительные возможности для перспективного экономического роста при условии развития сферы услуг.

**Ключевые слова:** сфера экономической деятельности, сектор экономики, динамика, структура, валовой внутренний продукт, валовая добавленная стоимость, рынок труда, занятость населения.

## ANALYSIS OF THE DYNAMICS OF STRUCTURAL CHANGE IN THE UKRAINE'S ECONOMY AND THE ZAPORIZHZHYA REGION

**Summary.** The service sector is dominant in the economies of developed countries. An important feature of a society with high levels of well-being is the high proportion of people employed in the service sector. Analysis of the current state and dynamics of the economic structure of the country and the region allows to identify problem sectors and factors that negatively affect the development of the economy, as well as to identify the most promising industries to stimulate investment in them. The purpose of the article is to compare the dynamics of economic development of Ukraine and Zaporizhzhya region on the basis of structural analysis methods. The dynamics of economic development of Ukraine and Zaporizhzhya region is studied in terms of gross domestic product of Ukraine and gross value added. The structure of defined indicators by economic sectors is presented: primary (industry), secondary (agriculture), tertiary (services) and quaternary (services with high individualization). It is established that in Ukraine and in the Zaporozhye region there is a transition to a post-industrial model of economy with developed tertiary and quaternary sectors. Signs of this are structural changes in the GDP of Ukraine and the GVA of the Zaporizhzhya region: an increase in the share of services and agriculture in the economy with a simultaneous fall in the share of industrial production. The structure of the employed population of Ukraine and Zaporizhzhya region in four sectors of economy is investigated. It is determined that the structure of the employed population of Zaporizhzhya region differs significantly from the structure of the employed population of Ukraine (partly occupied in services and industry). An analysis of the dynamics of the share of employed in industry and agriculture has led to the conclusion that in Zaporizhzhya region the increase of the share of employed population in agriculture correlates with the decrease of the share of employed population in industry. An analysis of the dynamics and structure of the employed population by economic sectors in the Zaporozhye region concluded that the share of employed population in industry is much more than the average in Ukraine, and the share of employed population in the service sector is much smaller than the average in Ukraine, so it can be assumed that in the region there are significant opportunities for long-term economic growth if services are developed.

**Key words:** sphere of economic activity, economic sector, dynamics, structure, gross domestic product, gross value added, labor market, employment of population.

Марченко О. Ю.

аспірант спеціальності «Економіка»

Черкаського державного технологічного університету

Marchenko Alexander

Postgraduate Students, «Economics»

Cherkassy State Technological University

## СПЕЦИФІЧНІ РИСИ ІНФОРМАЦІЇ ЯК ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

**Анотація.** У роботі розглянуто сутність явища «інформаційна економіка», його специфічних властивостей, причин виникнення та впливу на соціально-економічні процеси. Представлено підходи науковців та законодавчі вимоги до трактування категорії «інформація». Виокремлено категорію «економічна інформація» як відомості та знання, що стосуються економічного стану різноманітних об'єктів, процесів (зокрема, виробництва, обміну, розподілу та споживання матеріальних благ). Представлено взаємопов'язаність структурних елементів інформації на різних рівнях економічної системи (зокрема, таких як інформаційні ресурси, людські інтелектуальні ресурси, інформаційні системи та бази даних, інформаційна інфраструктура). Визначено ключові властивості економічної інформації. Представлено характерні особливості економічної інформації в умовах інформаційної економіки.

**Ключові слова:** інформація, економічна інформація, економіка, інформаційна економіка, економічна категорія.

**Вступ та постановка проблеми.** Під впливом руху світового співтовариства до інформаційної стадії розвитку виникає потреба у дослідженні відповідних соціально-економічних процесів із позиції трансформацій, котрі мають місце у економічних відносинах. На всіх етапах життєдіяльності людини відбуваються динамічні зміни продуктивних сил у ринкових умовах господарювання. Модифікація інформації не лише в один із найважливіших ресурсів та чинників виробництва, а й кінцевий продукт і товар, формує необхідність осмислення причин та наслідків змін, спричинених зростанням ролі інформації у господарсько-економічних процесах.

Усе частіше науковці акцентують увагу на незаперечній ролі інформації у соціально-економічних процесах та стрімкому зростанні цієї ролі протягом останніх десятиліть, що вказує на перехід економічної системи на якісно вищу сходинку розвитку, так звану «інформаційну економіку». Оскільки електронні послуги та інформація зокрема набувають усе більшого значення у повсякденному житті громадян, державному управлінні та економіці у цілому, вибрана тема дослідження є вкрай актуальною.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Наукові підходи у даній сфері зосереджені на аналізі, оцінці та дослідженні різних особливостей та складників інформації, форм її прояву в економіці та суспільстві. Так, С.В. Коляденко, О. Мельничук, Д.Б. Кіреєв, І.П. Малик присвятили свої праці дослідженню феномену інформаційної економіки. Однак донині так і не вироблено чітких концептуальних підходів до визначення інформації як економічної категорії, її характерних ознак та особливостей, різних форм реалізації в умовах інформаційної економіки.

**Метою** даної роботи є дослідження характерних особливостей інформації як економічної категорії та її ролі в умовах зростання інформатизації соціально-економічного середовища.

**Результати дослідження.**

Протягом останніх десятиліть світова спільнота увійшла у нову фазу економічного розвитку, що зумовлено, з одного боку, революцією інформаційних технологій та подальшими технологічними зверненнями, а з іншого – глобалізацією соціально-економічних процесів. Поси-

лення процесів інформатизації та глобалізації в одному часовому проміжку вказує на виникнення нового етапу розвитку світової економіки, що визначається як інформаційна економіка [1, с. 159].

Сьогодні трактування терміна «інформаційна економіка» відрізняються залежно від підходу конкретного дослідника та технології дослідження. Найбільш поширеним є визначення інформаційної економіки як відповідної фази розвитку суспільства, головними продуктами виробництва якої є інформація та знання, які, на думку О. Мельничук, «забезпечують функціонування електронного бізнесу та надання електронних послуг державою за умов мінімізації витрат на пошук інформації» [2, с. 95].

Для інформаційної економіки характерним є зростання ролі інформації та знань у суспільному житті; збільшення питомої ваги інформаційних комунікацій, продуктів та послуг у ВВП країни; формування глобального інформаційного простору, у якому здійснюється ефективна інформаційна взаємодія індивідів, зокрема у зв'язку з доступністю світових інформаційних ресурсів, споживанням відповідних інформаційних продуктів і послуг, прискоренням здійснення операцій і бізнес-процесів, що зменшує їхню вартість [3, с. 103].

І.П. Малика зазначає, що перехід до інформаційної економіки викликаний динамічним зростанням ролі інформації та електронних послуг, а отже, застосуванням ІКТ в економіці, державному управлінні та повсякденному житті громадян. Суспільний розвиток в умовах інформаційної економіки піддається зміні, що спричинено трансформаванням інфраструктури та технологій. Зважаючи на те, що головним продуктом інформаційної економіки є інтелектуальні послуги та наукомісткі товари, найбільш важливими є інформація та знання, які забезпечують розвиток інформаційних технологій. Тому автор визначає інформаційну економіку як тип економіки, в якому продуктивність та конкурентоспроможність суб'єктів господарювання забезпечуються, головним чином, їх здатністю генерувати, обробляти та ефективно використовувати інформацію, засновану на знаннях. В інформаційній економіці інформація є валютою та продуктом [4, с. 27–30]. Зважаючи на такий підхід, варто детальніше розглянути



сутність та характерні риси інформації як економічної категорії в умовах інформаційної економіки.

У науковому обігу термін «інформація» характеризується зазвичай виходячи з класичних значень у межах кібернетики, інформатики, філософії тощо. Зважаючи на різні концептуальні бачення, інформація розуміється як: окреслення змісту повідомлення, одержаного із зовнішнього середовища під час пристосування до нього (Н. Вінер); комунікація та зв'язок, які забезпечують усунення невизначеності (К. Шеннон); спосіб передавання різноманіття (У. Ешбі); форма репрезентації різноманіття (А. Урсул) тощо [5].

Вітчизняне законодавство подає таке визначення категорії «інформація»: це відомості або дані, які можуть бути збереженими на матеріальних носіях або представлені в електронному вигляді [6]. Український економіст Л.Г. Мельник під інформацією розуміє природну реальність, наділену характерними ознаками предметів та явищ природи, котрі відображаються у просторі та часі. Якщо простір є формою буття матерії, котра виражає її протяжність та взаємодію елементів, то час характеризує тривалість існування матерії та послідовність зміни станів [7, с. 11].

Однак репрезентативність даного визначення для економічного середовища є досить низькою. Обмеженість аналізу пояснюється тим, що більшість науковців розглядає інформацію переважно на рівні кількісних характеристик замість чіткої адресної ідентифікації вибраного виду інформації. Доцільно більш чітко окреслити характеристики у структурі чинників виробництва та у формі їх функціонування для конкретної економічної системи, які представляє категорія «інформація» у відповідному контексті. Тому в контексті вибраного вектору дослідження доцільно виокремити саме «економічну інформацію».

М.В. Бондар визначає інформацію (зокрема, економічну) як відомості, повідомлення та знання, що стосуються економічного стану різноманітних об'єктів та процесів. Економічна інформація містить дані про процеси виробництва, обміну, розподілу та споживання матеріальних благ. На думку автора, відповідні дані стають інформацією тоді, коли представляють цінність для вирішення певного завдання [8, с. 168].

Д.С. Безручко пропонує під економічною інформацією розуміти змінену та оброблену сукупність відомостей, котра демонструє стан та хід економічних процесів.

Циркуючи в економічній системі, вона супроводжує процеси виробництва, розподілу, обміну і споживання матеріальних благ та послуг [5].

Економічний розвиток характеризується взаємодією таких основоположних елементів, як матерія (матеріальні чинники виробництва), енергія (праця людини) та інформація. Ядром економічних процесів є процес перетворення матерії, в якому інформація виконує структуруючу функцію, а енергія забезпечує швидкість протікання даних процесів. Взаємозалежність матеріальних елементів, які формують відповідні структури, носить інформаційний характер. Відповідні закономірності проявляються зі зростаючою силою в економіці у міру розвитку останньої. При цьому між зміною матеріальних затрат та енергії існує прямо пропорційний зв'язок.

Зростання змін у господарській діяльності відбувається за збільшення рівня інформаційних взаємодій за мінімального розсіювання енергії. Тобто за рівних умов зміна інформаційних потоків перебуває в оберненій залежності від зміни матеріальних та енергетичних затрат. Інформація в економіці виступає як самоорганізований чинник. Процес інформатизації соціально-економічної сфери складається з трьох взаємопов'язаних складників: медіатизації (вдосконалення засобів збору, збереження, обміну та розповсюдження інформації); комп'ютеризації (поліпшення засобів пошуку та опрацювання інформації); інтелектуалізації (розвиток навичок сприйняття та породження інформації) [5].

Циркуляція інформаційних потоків у системі характеризує інформаційний обмін. Усі структури інформації на різних рівнях економічної системи є взаємопов'язаними, що являє собою організаційну єдність економіки. Відповідні зв'язки динамічні, а тому зміни в елементах однієї структури у даний момент часу спричиняють зміни в інших структурах у подальшому, що трансформує вихідну структуру. Дані хвилеподібної трансформації добре простежуються, наприклад, на рівні підприємства (рис. 1).

Зважаючи на відсутність єдиного концептуального підходу до сутності категорії «інформація», варто виокремити три основні форми її функціонування в економічній системі. У першому випадку це дані, необхідні контрагентам для здійснення раціонального розподілу ресурсів (складник трансакційних витрат). При цьому, оскільки інформація є асиметричною, раціональність у прийнятті рішень економічними агентами залежатиме

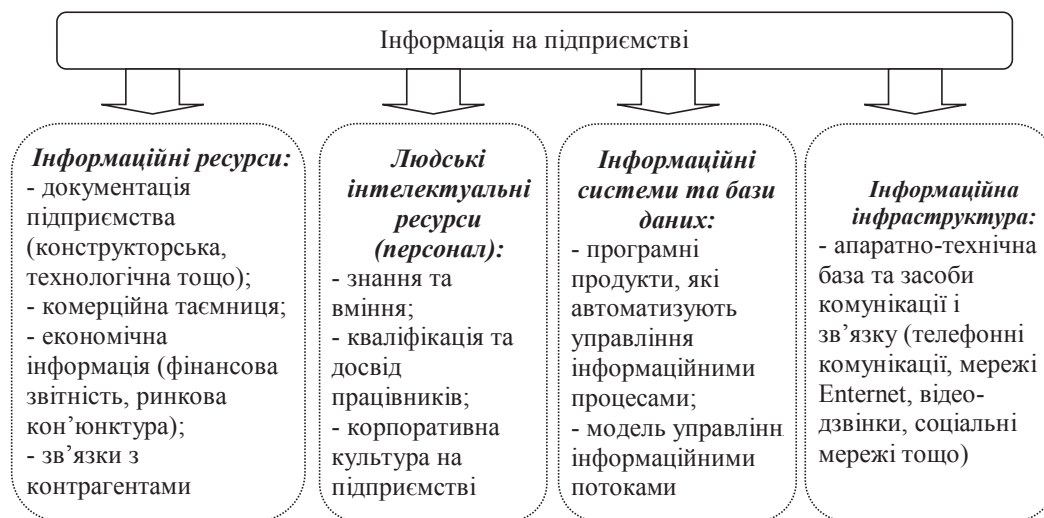


Рис. 1. Структуризація інформації на рівні підприємства

Джерело: складено автором за даними [9, с. 125–126]

від рівня економії не лише матеріальних витрат, а й власних інтелектуальних зусиль для її пошуку.

По-друге, інформація є системоутворюючим чинником. Саме сучасні технології передавання забезпечили перетворення інформації на один із головних факторів економіки. Для інформації притаманна універсальність: вона виступає у ролі як засобу та предмету праці, так і кінцевого продукту.

По-третє, інформація є важливим елементом інформаційно-комунікаційних технологій (а саме технологій обробки інформації). Даний напрям демонструє одну з найхарактерніших особливостей сучасної інформаційної економіки – забезпечення зворотного зв'язку та спроможність інформації до самовпливу.

Багатогранність економічної інформації пояснюється тим, що вона демонструє єдність визначеності та невизначеності. Проте, як зазначалося, інформація є сукупністю відомостей, що унеможливує невизначеність. Невизначеність інформації пов'язана з імовірнісним характером руху матерії. Невизначеність також виникає, з одного боку, через вплив на об'єкт дослідження інших об'єктів, а з іншого – під впливом мобільності та постійного розвитку об'єкта.

Зважаючи на вищезазначене, варто виокремити основні функції, властиві інформації в економіці:

- вплив на результати прийнятих економічними агентами рішень;
- фактор виробництва (засіб праці);
- виробнича сировина (предмет праці);
- забезпечення виробничих процесів (зокрема, конструкторське, технологічне та організаційно-управлінське);
- засіб удосконалення виробничих систем та впровадження інновацій;
- складник праці (знання та інтелектуальний капітал);
- продукт праці (об'єкт купівлі-продажу, формуючи інформаційний ринок);
- суспільне благо;

- підвищення ефективності економіки за рахунок розвитку інформаційних технологій;

- визначення рівноважного стану економічної системи (будучи елементом ринкового механізму) [5].

Економічна інформація є економічним ресурсом, який бере активну участь у процесі суспільного виробництва й відтворення. Тобто інформаційні ресурси характеризуються не лише виробничою, а й відтворювальною функцією (перетікаючи в знання, інформація знову трансформується у конкретну інформацію). Разом із цим інформації притаманна низка особливостей, які вирізняють її з-поміж інших традиційних ресурсів (рис. 2).

Інформація поряд з організаційними ресурсами може забезпечити зростання ефективності виробництва без суттєвого підвищення споживання традиційних чинників (праця, земля, капітал). Тобто інформаційний вектор розвитку економіки є поєднанням екстенсивного та інтенсивного напрямів економічного зростання постіндустріальних економічних систем.

**Висновки.** Отже, використовуючи поширені у наукових колах підходи до трактування категорії «інформація» залежно від форм прояву, її варто розглядати як: дані (повідомлення) економічним агентам, які цього потребують; структуруючий елемент економіки; елемент ІКТ. При цьому варто окремо розглядати термін «економічна інформація» як сукупність відомостей, що характеризують стан використання (обробки) даних у господарській діяльності відповідно до рівня розвитку виробничих чинників та сформованих економічних відносин. Відповідно, можна виокремити такі характерні особливості економічної інформації в умовах інформаційної економіки: швидкість розповсюдження, невичерпність у споживанні, можливість додатково скористатися без збільшення витрат виробництва, визначальний чинник характеру та можливості виробництва. Своєю чергою, це може бути теоретичною основою для розроблення стратегії забезпечення розвитку інформаційної економіки, що є перспективою подальших досліджень.

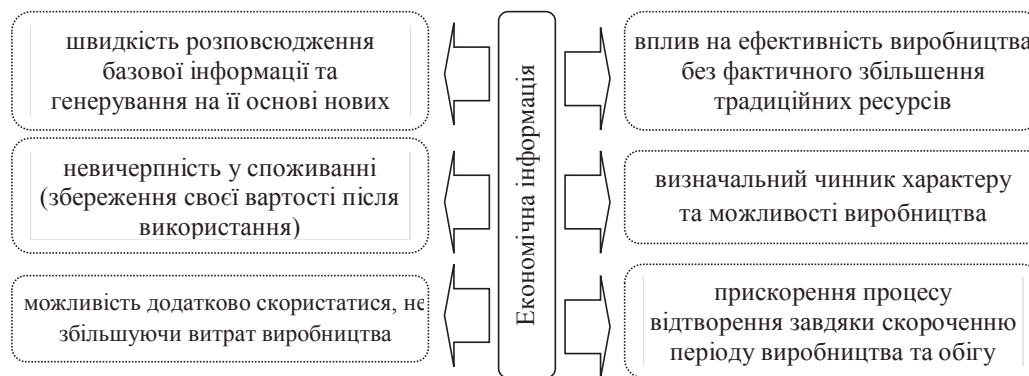


Рис. 2. Характерні особливості економічної інформації в умовах інформаційної економіки

Джерело: побудовано автором за даними [5]

#### Список використаних джерел:

1. Коляденко С.В. Інформаційний менеджмент як складова інформаційної економіки. *Галицький економічний вісник*. 2016. № 2. С. 158–164.
2. Мельничук О. Розвиток електронної комерції у структурі інформаційної економіки України. *Економіка*. 2014. № 8(161). С. 93–97.
3. Кіреєв Д.Б. Вдосконалення механізмів розвитку інформаційної економіки в Україні. *Вісник Національного університету цивільного захисту України. Серія «Державне управління»*. 2016. Вип. 2. С. 102–109.
4. Малик І.П. Тенденції розвитку інформаційної економіки в Україні. *Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту*. 2013. Вип. 1(14). С. 25–34.
5. Безручко Д.С. Ключові особливості інформації як економічної категорії. *Ефективна економіка*. 2012. № 12. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1630> (дата звернення: 23 листопада 2019 р.).

6. Закон України «Про інформацію» від 2.10.1992 № 2657-ХІІ, зі змінами від 16 липня 2019 р. *Відомості Верховної Ради України*. 2019. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/2657-12> (дата звернення: 24 листопада 2019).
7. Мельник Л.Г. Информационная экономика : монографія. Сумы : Университетская книга, 2003. 288 с.
8. Бондар М.В. Економічна інформація та її використання в моделях. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2015. № 4(1). С. 168–172.
9. Тесленок І.М., Кучеренко М.О. Сутність і структура інформаційного потенціалу підприємства. *Бізнес Інформ*. 2011. № 6. С. 124–127.

#### References:

1. Koliadenko S.V. (2016) Informatsiinyi menedzhment yak skladova informatsiinoi ekonomiky [Information management as a component of information economy]. *Halytskyi ekonomichnyi visnyk* [Galician Economic Bulletin], vol. 2. pp. 158–164.
2. Melnychuk O. (2014) Rozvytok elektronnoi komertsii u strukturі informatsiinoi ekonomiky Ukrainy [Development of e-commerce in the structure of Ukrainian information economy]. *Ekonomika* [Economy], vol. 8(161). pp. 93–97.
3. Kirieiev D.B. (2016) Vdoskonalennia mekhanizmiv rozvytku informatsiinoi ekonomiky v Ukraini [Improvement of information economy development mechanisms in Ukraine]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu tsyvilnoho zakhystu Ukrainy. Seriya : Derzhavne upravlinnia* [Bulletin of the National University of Civil Protection of Ukraine. Series: Public Administration], vol. 2. pp. 102–109.
4. Malyk I.P. (2013) Tendentsii rozvytku informatsiinoi ekonomiky v Ukraini [Trends in Ukrainian information economy development]. *Visnyk Skhidnoevropeiskoho universytetu ekonomiky i menedzhmentu* [Bulletin of the Eastern European University of Economics and Management], 2013. vol. 1(14). pp. 25–34.
5. Bezruchko D.S. (2012) Kliuchovi osoblyvosti informatsii yak ekonomichnoi katehorii [Key features of information as an economic category]. *Elektronnyi zhurnal «Efektyvna ekonomika»* [Electronic journal Effective Economy], vol. 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1630> (accessed 23 November 2019).
6. Закон України «Про інформацію» від 2.10.1992 р. № 2657-ХІІ. Відомості Верховної Ради України, 2019 р., № 2704-VIII із змінами від 16 липня 2019 року. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/2657-12> (accessed 24 November 2019).
7. Melnyk L.H. (2003) *Ynformatsyonnaia ekonomika: monohrafiya* [Information economy: monograph]. Sumy: YTD «Universtetskaia knyha».
8. Bondar M.V. (2015) Ekonomichna informatsiia ta yii vykorystannia v modeliakh [Economy information and its using in models]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky* [Bulletin of the Khmelnytsky National University. Economic science], vol. 4(1). pp. 168–172.
9. Teslenok I.M., Kucherenko M.O. (2011) Sutnist i struktura informatsiinoho potentsialu pidpriemstva [The essence and structure of enterprise's information potential]. *BiznesInform* [BusinessInform], vol. 6. pp. 124–127.

### СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ИНФОРМАЦИИ КАК ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КАТЕГОРИИ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

**Аннотация.** В работе рассмотрены сущность явления «информационная экономика», ее специфические свойства, причины возникновения и влияния на социально-экономические процессы. Представлены подходы ученых и законодательные требования к характеристике категории «информация». Выделена категория «экономическая информация» как сведения и знания, касающиеся экономического состояния различных объектов, процессов (в частности, производства, обмена, распределения и потребления материальных благ). Представлена взаимосвязь структурных элементов информации на разных уровнях экономической системы (в частности, таких как информационные ресурсы, человеческие интеллектуальные ресурсы, информационные системы и базы данных, информационная инфраструктура). Определены ключевые свойства экономической информации. Представлены характерные особенности экономической информации в условиях информационной экономики.

**Ключевые слова:** информация, экономическая информация, экономика, информационная экономика, экономическая категория.

### SPECIFIC FEATURES OF INFORMATION AS ECONOMIC CATEGORY IN CONDITIONS OF INFORMATION ECONOMY

**Summary.** According to the world community movement to the information stage of development, the need of studying the socio-economic processes from the point of transformations that take place in economic relations, appears. At all stages of human activity there are dynamic changes of productive forces in market conditions of management. Modification of information not only into one of the most important resources and factors of production, but also the final product and product, creates the need to understand the causes and consequences of changes caused by increasing role of information in economic processes. Scientists point to indisputable role of information in socio-economic processes and rapid growth of this role in recent decades, which indicates the transition of economic system to a qualitatively higher stage of development, the «information economy». Information economy is an appropriate stage of society development which main goods are information and knowledge that ensure functioning of e-business and provision of electronic services by the state, while minimizing the information seeking costs. As electronic services and information, in particular, are becoming increasingly important in citizens' daily lives, government and economy as a whole, this research subject is extremely relevant. The essence of information economy phenomenon, its specific properties, causes and impact on socio-economic processes is considered. Scientists approaches and legislative requirements for interpretation of category «information» are presented. There was separated the category «economic information» as information and knowledge related to the economic state of various objects, processes (in particular, production, exchange, distribution and consumption of goods). The interconnectedness of information structural elements at different levels of economic system (in particular, information resources, human intellectual resources, information systems and databases, information infrastructure) is presented. The key properties of economic information are identified. The characteristic features of economic information in conditions of information economy are presented.

**Key words:** information, economic information, economy, information economy, economic category.

**Мехович С. А.**

*доктор економічних наук, професор,  
Національний технічний університет  
«Харківський політехнічний інститут»*

**Сікетіна Н. Г.**

*асистент кафедри економічного аналізу і обліку  
Національного технічного університету  
«Харківський політехнічний університет»*

**Mehovich Sergey**

*Doctor of Sciences (Economics), Professor,  
Professor of the Department of Economic Analysis and Accounting  
National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute»*

**Siketina Natalya**

*Assistant of Economic Analysis and Accounting Department  
National Technical University «Kharkiv Polytechnic University»*

## ФОРМУВАННЯ АДАПТАЦІЙНИХ ЗВ'ЯЗКІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ У ЗОВНІШНЬОМУ СЕРЕДОВИЩІ

**Анотація.** У роботі пропонується науковий підхід до формування адаптаційних зв'язків діяльності промислових підприємств до мінливих зовнішніх умов на основі врахування стратегічного напрямку діяльності виробничо-інноваційного кластера. Ефективне функціонування вітчизняних промислових підприємств та довгостроковий розвиток визначаються адаптацією на зміни зовнішнього середовища, а саме швидкістю та вмінням налагоджувати адаптаційні зв'язки в процесі діяльності. Обґрунтовано науково-методичний підхід до вибору напрямку адаптивного розвитку промислового підприємства, в основу якого покладено формування адаптаційних зв'язків, який базується на врахуванні стратегічного напрямку діяльності виробничо-інноваційного кластера. Визначено формулювання поняття адаптаційних зв'язків з позиції системного підходу. Реалізація розробленого науково-методичного підходу до формування системи адаптаційних зв'язків промислових підприємств дасть змогу підприємствам, використовуючи власні можливості, виявити, ослабити й попередити загрози зовнішнього середовища.

**Ключові слова:** адаптація, підприємство, зв'язки, зовнішнє середовище, мінливість, чинники, діяльність, ефективність, кластер.

**Вступ та постановка проблеми.** Сучасний розвиток суспільства і питання адаптації до постійних змін навколишнього середовища зумовлює актуальну потребу в концептуальному осмисленні феномену адаптації та науковому обґрунтуванні поняття «адаптація» промислового підприємства в умовах мінливого конкурентного середовища. Слід відзначити, що нині в Україні існують досить сильні ризики щодо погіршення фінансово-економічного становища промислових підприємств, зокрема зниження їхньої економічної стійкості. На рівні держави відсутня суттєва підтримка промислових підприємств, панують непосильне податкове навантаження, кабальна кредитна політика тощо [1, с. 56].

Недостатня адаптованість вітчизняних підприємств до умов зовнішнього ринку, переважання сили загроз над наявними адаптаційними можливостями призводять як до неефективного використання ресурсів промислового підприємства, так і до зниження ефективності його діяльності. Тож особливої ваги набуває необхідність розроблення концепції адаптації промислового підприємства з опорою на системний підхід. Актуальність означеної проблеми знайшла відображення у темі даної статті. У сучасних умовах підприємство досліджується як багатофункціональна та багатоаспектна система, як підсистема інформаційного суспільства або як безпосередній учасник інтернаціоналізації та глобалізації економіки. Еволюція теорії адаптації відображає прагнення у переході промислових підприємств на модель сталого розвитку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вагомий внесок у дослідження питань методології управління

підприємством в аспекті адаптації до умов зовнішнього середовища зробили Н.Г. Венік, В.А. Гросул, В.К. Кривобок, О.А. Круглова, О.А. Матушевська, О.Д. Рачкован, Л.В. Соколова [1-6]. Основну увагу авторів сконцентровано на сутності адаптації підприємств, класифікації системи показників для оцінки впливу чинників зовнішнього середовища. Але поза їхньою увагою залишаються питання формування адаптаційних зв'язків виробничо-інноваційного кластера та впливу зовнішніх чинників на ефективність діяльності підприємств в умовах зовнішнього мінливого конкурентного середовища.

Слід відзначити, що у багатьох наукових роботах розглядається питання зовнішнього середовища відповідно до теоретичного структурування щодо виділення певних чинників. Зовнішні чинники впливу окреслюються теоретично, але ступінь цього впливу на діяльність підприємства та його наслідки залишаються невизначеними. Також чітко не сформульоване економічне поняття «адаптаційні зв'язки» в умовах мінливого конкурентного середовища.

**Метою** даної роботи є висвітлення різних підходів до поняття «адаптація», «адаптаційні зв'язки», науково-теоретичне обґрунтування ролі адаптації у розвитку промислового підприємства у складі інноваційно-виробничого кластера за умов діяльності в мінливому конкурентному середовищі.

**Результати дослідження.**

Процеси економічної трансформації, які притаманні національному інноваційному середовищу, зміни в інституціональному оточенні та процеси глобалізації є причинами переосмислення сутності економічних процесів

щодо інтеграції промислових підприємств у відповідні кластери та методів їх управління. В останні роки питанням управління мережевими зв'язками присвячено багато наукових робіт. У цих роботах здебільшого розглядаються питання щодо розроблення відповідних маркетингових програм, створення нових видів продукції та впровадження нових технологій міжгалузевого виробництва, а проблемам реформування мережових формувань та основних видів їхньої виробничої діяльності у мінливих умовах інноваційного середовища в аспекті адаптації мережових зв'язків щодо динамічного розвитку зовнішнього середовища приділяється значно менше уваги.

Нівелювання зовнішнього впливу на виробничу та технічну політику управлінням підпорядкованих бізнес-формуванням промислових підприємств створило певні труднощі у виборі партнерства для тих підприємств, що виявилися поза цими формуваннями. Тому стратегія управління та розвитку адаптаційних зв'язків стає одним із головних напрямів підвищення ефективності господарської діяльності у промисловості. Особливого значення ця стратегія набуває в аспекті формування системи адаптаційних зв'язків промислового підприємства, оскільки втручання у їхню діяльність стейкхолдерів різної орієнтації викликає суттєву напругу та проблеми у кластері, що проявляється у ліквідації коопераційних зв'язків та робочих місць, банкрутств малих та великих підприємств, відображається на місцевому бюджеті [2, с. 52].

Отже, концепція побудови систем адаптації промислових підприємств, орієнтована на інтеграцію в кластер та ефективність його діяльності, потребує доповнення у частині формування цілей з урахуванням їхніх специфічних функцій щодо впливу на економічну ефективність інноваційного кластеру у мінливому конкурентному середовищі, які стосуються передусім високотехнологічних промислових підприємств.

Водночас без глибокого розуміння цих процесів неможливо забезпечити нормальне формування адаптаційних зв'язків у динамічних мінливих ринкових умовах. Головною проблемою на цьому шляху є подолання стереотипу у поглядах власників бізнес-формувань на розвиток підприємств, що не входять до кола їхніх відомчих інтересів. Зрозуміло, що це право власника й ігнорувати цим правом протизаконно. Інший, цивілізований, шлях – узгодження інтересів на взаємовигідних для всіх сторін умовах. Цілком зрозуміло, що перешкодами у цьому питанні стають політичний протекціонізм та корупція, які знаходяться в Україні на піку свого розвитку [2, с. 54].

Стратегічну модель адаптації підприємства Л. Соколова пропонує будувати на визначенні показника його адаптивності з використанням двох параметрів – конкурентоспроможності та фінансової привабливості. Цій підхід надає можливість створити багатокритеріальну систему оцінки здатності підприємства до пристосування (складається із зовнішнього та внутрішнього складників діяльності суб'єкта господарювання). Розроблені Л. Соколовою рекомендації щодо оцінювання ефекту від реалізації заходів адаптації на підприємстві базуються на врахуванні трьох ключових чинників: 1) доцільності та економічності витрат адаптаційних заходів; 2) належної мотивації персоналу; 3) оцінки якості функціонування системи адаптації [3, с. 22].

В умовах нестійкого зовнішнього середовища В.К. Кривобок пропонує використовувати механізми біфуркації щодо адаптації підприємства. Автором визначається основа для прийняття рішень – моніторинг показників-індикаторів, які характеризують тенденції змін [4, с. 416].

Для підвищення рівня конкурентоспроможності та досягнення поставлених цілей в умовах ринку підпри-

ємство повинно постійно створювати нові переваги. Для виживання і розвитку свого бізнесу за допомогою утримання конкурентних переваг підприємству доводиться здійснювати адекватні стратегічні і тактичні зміни у своїй діяльності, що також забезпечуються реалізацією адаптаційних заходів.

Тобто адаптація до умов конкуренції стає одним із ключових завдань управління підприємством та однією з найважливіших складників комплексу дій для забезпечення економічної безпеки підприємства. Вона проходить у рамках роботи із системного всебічного аналізу діяльності конкурентів, розроблення стратегії конкурентної поведінки на ринку та реалізації заходів, передбачених бізнес-планом підприємства [5, с. 413].

Отже, виникає необхідність у можливості використання подолання конфліктів за допомогою різних форми організації господарств. Один із таких підходів полягає у кластеризації економічних відносин. Саме завдяки системі адаптаційних зв'язків, розвиток яких забезпечує кластер, створюється єдиний господарчий механізм. Оптимальне використання зв'язку промислових підприємств разом з існуючими у кожного них ресурсів та можливостей під час об'єднання у виробничо-інноваційний кластер дає синергетичний ефект спільної праці.

Об'єктивне розуміння процесів виробничої інтеграції дає змогу отримати класифікаційні ознаки щодо адаптаційних зв'язків (рис. 1).

Поряд із прямими адаптаційними зв'язками між об'єктами впливу чинників мінливого конкурентного середовища існує складна система непрямих зв'язків, що опосередковані участю у виробництві продукції цілої низки галузей. Цільове призначення здійснення зв'язків – підтвердження адаптації на кожному рівні взаємодії кластера в аспекті формування його бізнес-стратегії.

Отже, зв'язки класифікуються за територіальною ознакою, за спрямованістю здійснення зв'язків, за видом економічної діяльності, за видом партнерства, за територіальною ознакою, за видом ефекту від здійснення зв'язку, за видом партнерства. Головним вектором у цій класифікації є ознаки за видами економічної діяльності. Така класифікація розроблена за умови цільової орієнтації здійснення зв'язків виробничо-інноваційного кластера для підтвердження його адаптації до динамічних умов конкурентного середовища в аспекті формування його бізнес-стратегії та спрямована на отримання синергетичного ефекту. У числі основних можна виділити технологічні, економічні, історичні, корпоративні та політичні чинники. Існуючі реалії свідчать про те, що промислові підприємства, фінансово-промислові групи та взагалі бізнес-формування, належачи різним власникам, підтримують ті чи інші політичні партії та угруповання, тому в Україні політичні чинники є вирішальними під час вибору форм адаптації виробничих зв'язків інноваційного кластера.

Таким чином, категорія «адаптаційні зв'язки» розглядається в контексті динамічної зміни конкурентного середовища промислового підприємства й характеризується пропонованою системою адаптаційних зв'язків кластера (рис. 1).

Отже, адаптаційний зв'язок – це використання зв'язків промислових підприємств разом з існуючими у кожного них ресурсами та можливостями під час об'єднання у виробничо-інноваційний кластер та отримання синергетичного ефекту спільної праці й ефективності діяльності кластера. На розвиток адаптаційних зв'язків здійснюють вплив технологічні, економічні, історичні, корпоративні та політичні чинники (рис. 2).

Основні завдання адаптаційного управління у промисловості відповідно до форм інтеграції можна звести



Рис. 1. Система класифікації адаптаційних зв'язків кластера

Джерело: авторська розробка



Рис. 2. Фактори розвитку адаптаційних зв'язків кластеру за умов конкурентного середовища

Джерело: авторська розробка

до переліку [1; 6]: 1) створення організаційної структури управління; 2) залучення учасників виробничо-інноваційних кластерних формувань до участі в процесі адаптації до умов мінливого конкурентного середовища; 3) розроблення стратегічних адаптивних планів комплексного розвитку бізнес-суб'єктів, узгоджених із відповідними планами бізнесу та науки; 4) розроблення принципів адаптації у діяльності промислових підприємств, що входять до єдиного кластера; 5) закріплення взаємної відповідальності промислових підприємств у складі виробничо-інно-

ваційного кластера на договірних умовах; 6) формування єдиної системи економічних стимулів та заохочень.

Згідно зі сформульованими завданнями, уявляється можливим розвинути основні положення методики формування адаптаційних зв'язків промислових підприємств на основі використання кластерних технологій, що схематично зображено на рис. 3.

Методичний підхід умовно складає блоки: суб'єкти та об'єкти, аналітичний, критеріальний, формування адаптаційних зв'язків промислових підприємств, моделювання,

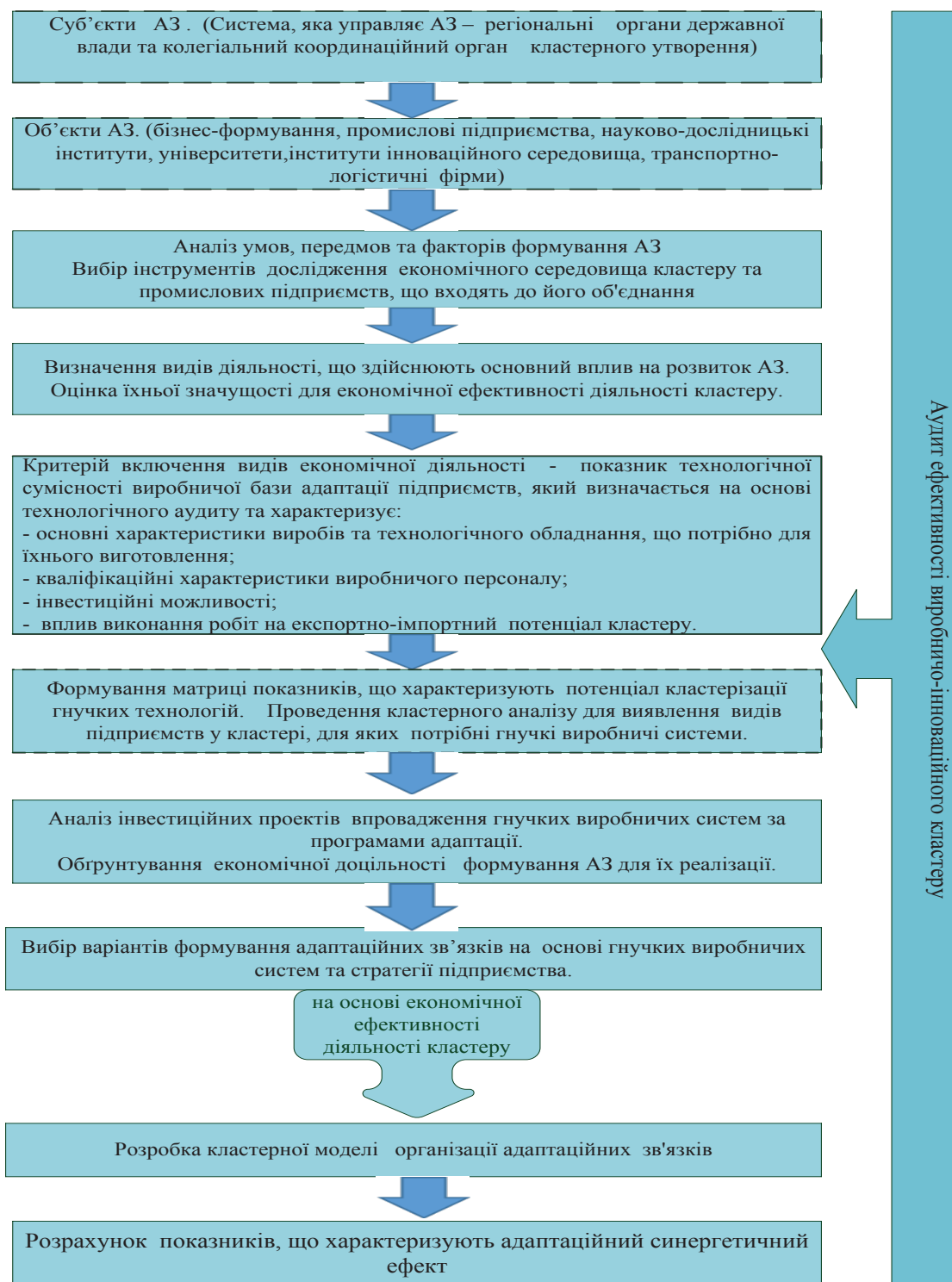


Рис. 3. Методика формування адаптивних зв'язків промислових підприємств

Джерело: авторська розробка

синергетичний ефект адаптації, аудит ефективності виробничо-інноваційного кластера.

Об'єднання підприємств у кластер змінює їхню поведінку в напрямі подальшого розвитку сегментів ринку та асортименту продукції. Виробничо-інноваційний кластер, являючи собою відкриту соціально-виробничу систему, має характерні закономірності щодо формування структур, систем та механізмів, які дають змогу в максимальному ступені отримати синергетичний ефект.

Отже, систему переваг від об'єднання у високотехнологічний кластер можна звести до: створення системи адаптаційних зв'язків, що забезпечує вільний доступ до технологічної та маркетингової інформації; впровадження програм адаптації, що сприяє доступу до системи міжнародного розподілу праці; об'єднання адаптаційних можливостей підприємств кластера; взаємної фінансової підтримки між усіма членами кластера; можливості диверсифікації ризиків; можливості ефективного використання виробничих потенціалів підприємств клас-

тера; проведення спільних рекламних кампаній, торгових ярмарок, спільного маркетингу.

**Висновки.** Доведено, що в умовах мінливого конкурентного середовища основним напрямом є формування адаптаційних зв'язків відносно об'єднання промислових підприємств із метою вирішення численних питань, які пов'язані з конкурентоспроможною діяльністю на ринку. Розроблено методику формування адаптивних зв'язків промислових підприємств інноваційного кластера в мінливому конкурентному середовищі. Формування нових організаційних структур кластерного характеру дасть змогу вітчизняним підприємствам ефективно використовувати наявний потенціал та перетворювати його на конкурентоспроможну продукцію в контексті орієнтації її реалізації на зовнішніх ринках. Перспективою подальших досліджень у рамках поглиблення висвітлених положень є взаємодія адаптаційних зв'язків промислових підприємств з ефективністю діяльності виробничо-інноваційного кластера за умов діяльності в мінливому конкурентному середовищі.

#### Список використаних джерел:

1. Матушевська О.А. Оцінка факторів зовнішнього середовища, що впливають на економічну стійкість промислового підприємства. *Економічний часопис – XXI*. 2012. № 3-4. С. 56–59.
2. Мехович С.А. Сучасний погляд на формування регіональних міжгалузевих зв'язків. *Енергосбереження, енергетика, енергоаудит*. 2015. № 3(134). С. 49–58.
3. Соколова Л.В. Організаційно-економічне забезпечення адаптації підприємств до невизначеності бізнес-середовища : автореф. дис. ... докт. екон. наук : 08.06.01. Донецьк. 2006. 34 с.
4. Кривобок В.К. Обґрунтування сучасного підходу щодо адаптації підприємства до нестійкого зовнішнього середовища. *Економіка та управління підприємствами*. 2018. № 14. С. 412–426.
5. Венік Н.Г. Поняття і сутність категорії «адаптація підприємств». *Водний транспорт*. 2012. № 3(15). С. 85–88.
6. Мехович С.А. Формирование региональных межотраслевых связей на основе концепции технологического реинжиниринга : монография. Харьков : Вировец А.П., 2013. 360 с.

#### References:

1. Matushevsjka O.A. (2012). Ocinka faktoriv zovnishnjogho seredovyshha, shho vplyvajutj na ekonomichnu stijkistj promyslovogho pidpryjemstva [Assessment of environmental factors that affect the economic sustainability of an industrial enterprise]. *Ekonomichnyj chasopys – KhKhI*, no. 3-4, pp. 56–59.
2. Mekhovych S.A. (2015). Suchasnyj poghljad na formuvannja reghionalnykh mizhghaluzevykh zv'jazkiv [A modern look at regional interconnections]. *ENERGhOSBEREZHENYE • ENERGhETYKA • ENERGhOAUDYT*, no. 3(134), pp. 49–58.
3. Sokolova L.V. (2006). *Orghanizacijno-ekonomichne zabezpechennja adaptaciji pidpryjemstv do nevyznachenosti biznes-sere-dovyshha* [Organizational and economic provision of adaptation of enterprises to the uncertainty of the business environment] (PhD Thesis), Donetsk: Donetsk Institute of Economics of National Academy of Sciences of Ukraine.
4. Kryvobok V.K. (2018). Obgruntuvannja suchasnogho pidkhodu shhodo adaptaciji pidpryjemstva do nestijkogho zovnishnjogho sere-dovyshha [Substantiation of the modern approach to adaptation of the enterprise to an unstable environment]. *Ekonomika ta upravlinnja pidpryjemstvamy*, no. 14, pp.412–426.
5. Venyk N.Gh. (2012) Ponjattja i sutnistj kateghorij «adaptacija pidpryjemstv» [The concept and essence of the category “adaptation of enterprises”] *Vodnyj transport : zbirnyk naukovykh pracj*, no. 3(15), pp. 85–88.
6. Mekhovych S.A. (2013) *Formyrovanye reghyonalnykh mezhotraslevykh svjazej na osnove koncepcyju tekhnologhycheskogho reynzhynryngha: monoghrafija* [Formation of regional inter-sectoral linkages based on the concept of process reengineering: monograph], Kharkiv: Virovec [in Russian].

### ФОРМИРОВАНИЕ АДАПТАЦИОННЫХ СВЯЗЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ВО ВНЕШНЕЙ СРЕДЕ

**Аннотация.** В работе предлагается научный подход к формированию адаптационных связей деятельности промышленных предприятий к изменяющимся внешним условиям на основе учета стратегического направления деятельности производственно-инновационного кластера. Эффективное функционирование отечественных промышленных предприятий и долгосрочное развитие определяются адаптацией к изменению внешней среды, а именно скоростью и умением налаживать адаптационные связи в процессе деятельности. Определена формулировка понятия адаптационных связей с позиции системного подхода. Реализация разработанного научно-методического подхода к формированию системы адаптационных связей промышленных предприятий позволит предприятиям, используя собственные возможности, выявить, ослабить и предупредить угрозы внешней среды.

**Ключевые слова:** адаптация, предприятие, связи, внешняя среда, изменчивость, факторы, деятельность, эффективность, кластер.



## FORMATION OF ADAPTATION COMMUNICATIONS OF ENTERPRISE' ACTIVITIES TO THE EXTERNAL ENVIRONMENT

**Summary.** The difficult socio-economic situation in Ukraine for industrial enterprises causes the use of new approaches to management, the formation of effective adaptation connections operating strategic management tools to ensure sustainability in a competitive environment. The most important problem of any enterprise operating in modern conditions is the problem of its survival and ensuring continuous strategic development. The effective solution to this problem is to create and realize competitive advantages, which can largely be achieved based on well-designed and effective competitive strategy of the enterprise. The effective functioning of domestic industrial enterprises and long-term development determined by the adaptation to changes in the environment, namely the speed and ability to establish adaptation communications in the process of activity. The strategic model of enterprise adaptation in the conditions of unstable environment is considered and the necessity of applying the method of clustering of economic relations revealed. The development of the system of adaptation links of the enterprise with the creation of a single cluster management mechanism has been determined. Grounded the scientific and methodological approach to the choice of the direction of the adaptive development of the industrial enterprise, which based on the formation of adaptation connections that based on the strategic direction of the activity of the production and innovation cluster. Defined the formulation of the concept of adaptive relationships from the standpoint of the systematic approach. The article suggests a scientific approach to forming adaptation relationships of industrial enterprises to changing external conditions based on the strategic direction of the activity of the production and innovation cluster. The implementation of the developed scientific and methodological approach for the formation of the adaptation system of industrial enterprises will allow enterprises, using their own capabilities, to identify, mitigate and prevent exposure threats to the environment.

**Key words:** adaptation, enterprise, communications, environment, variability, factors, activity, efficiency, cluster.

**Морозова О. С.**

*кандидат економічних наук,*

*доцент кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу  
Херсонського державного аграрного університету*

**Морозов О. В.**

*доктор сільськогосподарських наук, професор,  
професор кафедри науки про землю*

*Херсонського державного аграрного університету*

**Волочнюк Є. Г.**

*кандидат сільськогосподарських наук, доцент,  
доцент кафедри гідротехнічного будівництва,  
водної інженерії та водних технологій*

*Херсонського державного аграрного університету*

**Morozova Olena**

*Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor,  
Associate Professor of the Department  
Head of Department Hotel, Restaurant and Tourist Business,  
Kherson State Agrarian University*

**Morozov Alexei**

*Doctor of Agricultural Sciences, Professor,  
Professor of the Department of Earth Science,  
Kherson State Agrarian University*

**Volochnyuk Evgeny**

*Candidate of Agricultural Sciences, Associate Professor,  
Associate Professor of the Department of Hydraulic Engineering,  
Water Engineering and Water Technology,  
Kherson State Agrarian University*

## РОЗВИТОК РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ЗМІН КЛІМАТУ В ПІВДЕННОМУ РЕГІОНІ УКРАЇНИ

**Анотація.** Погодно-кліматичні умови є одним із важливих чинників впливу на стан природно-рекреаційних ресурсів, які, своєю чергою, зумовлюють можливості і перспективи рекреаційно-туристичної діяльності. У статті розглянуто кліматичну характеристику Причорноморської зони Херсонської області з погляду організації рекреаційно-туристичної діяльності. Сформовано базу даних потенційних та наявних туристично-рекреаційних ресурсів. Визначено збільшення середньобагаторічної температури за п'ятимісячним періодом «травень – червень – липень – серпень – вересень», що є у цілому позитивним чинником розвитку індустрії туризму Причорноморської зони Херсонської області. Регіональні зміни клімату розширили період «комфортних» для людини кліматичних показників, які впливають на відновлення працездатності та нормалізації стану організму людини.

**Ключові слова:** рекреаційно-туристична діяльність, туризм, клімат, рекреаційні ресурси, зміна температурного режиму, погодно-кліматичні умови.

**Вступ та постановка проблеми.** У сучасному глобалізованому світі провідні держави світу отримують різноманітні економічні й соціальні вигоди від розвитку туристичної галузі. Індустрія туризму сприяє зростанню зайнятості, диверсифікації економічної діяльності, оскільки сфера туризму і курортів пов'язана з діяльністю понад 50 галузей, підвищує інноваційність національного господарства. Туристичний бізнес сприяє збереженню і розвитку культурного потенціалу, гармонізації відносин між різними країнами і народами, збереженню екологічно безпечного довкілля. Крім того, туризм вважають одним із впливових чинників реалізації зовнішньої політики держави [5].

Сфера туризму та курортів стає однією з основних галузей, що впливає на загальний стан і тенденції світової економіки. Туристична діяльність як головна форма рекреації належить до видів суспільної практики з яскраво вираженою ресурсною орієнтацією. Клімат, погода, їхні комфортністі вплив на самопочуття людини є визначальними, а здебільшого навіть лімітуючими чинниками розвитку для біль-

шості функціональних типів територіальних рекреаційних систем, туристичних комплексів і масових видів туризму [2].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Кліматологічні дослідження в Україні мають давні традиції, які склалися ще наприкінці XIX – початку XX ст. під впливом наукових досліджень відомих кліматологів О.І. Воєйкова, П.І Броунова, О.В. Клосовського та ін.

Уже в перші роки існування Української метеорологічної служби (УкрМЕТу) було опубліковано низку робіт, присвячених вивченню клімату окремих міст, губерній, регіонів та всієї України. Саме у цей час, у 1925 р., був створений перший режимний кліматологічний підрозділ (Бюро опадів). Із цього року й почалася історія режимної кліматології – систематичний друк результатів спостережень, їх узагальнення та кліматичних досліджень. Першим керівником Бюро опадів був один із видатних учених-кліматологів України М.І. Гук. Йому належать наукові праці з вивчення режиму атмосферних опадів та фундаментальні кліматичні карти, які були складені прогресивним на той час методом [3].

Погодно-кліматичні умови (зокрема, температура повітря) є одним із важливих чинників впливу на природно-рекреаційні ресурси, які, своєю чергою, зумовлюють особливості розвитку рекреаційно-туристичної діяльності (РТД). У зв'язку із цим оцінка можливого впливу змін середньорічних, середньосезонних літніх та зимових температур повітря на розвиток РТД у регіонах України є актуальною проблемою.

Херсонська область має високий рівень концентрації природно-географічних рекреаційних ресурсів, у тому числі тих, які мають лікувальні, оздоровчі, рекреаційні властивості та широко використовуються в курортному господарстві, тому їх аналіз є надзвичайно актуальним, оскільки розкриваються значні перспективи розвитку курортного господарства і рекреаційної діяльності та туризму у цілому на теренах області.

**Метою** даної роботи є дослідження «комфортних» кліматичних ресурсів Херсонської області та оцінка можливого впливу на розвиток рекреаційно-туристичної діяльності регіональних змін клімату. Згідно з метою, поставлено такі завдання:

- дослідити поняття «рекреаційні ресурси» та їх класифікацію;
- дослідити кліматичні умови і ресурси Херсонської області;
- дослідити перспективні з погляду розвитку туризму «комфортні» кліматичні умови Причорноморської зони Херсонської області, а саме м. Генічеськ.

**Результати дослідження.** Розглядаючи можливості розвитку туризму та рекреації на певній території, ми оперуємо поняттям «рекреаційно-туристичний потенціал», яке є дещо ширшим, аніж поняття «рекреаційно-туристичні ресурси». Це пов'язано з тим, що для розвитку рекреації та туризму недостатньо мати у своєму розпорядженні морські узбережжя з комфортними погодно-кліматичними умовами, гори, ліси чи озера, родовища мінеральних та термальних вод і лікувальних грязей, міста та села з пам'ятками історії та культури. Хоча наявність природно-кліматичних ресурсів і є основоположним чинником, передумови розвитку туризму та рекреації ними не вичерпуються. Рекреаційно-туристичний потенціал території – це сукупність її природних та суспільно-історичних ресурсів, а також наявної ринкової, транспортної й інформаційно-комунікаційної інфраструктури території, її іміджу, які чинниками розвитку певних видів туризму. Рекреаційно-туристичний потенціал території визначають:

– по-перше, за природними складниками, що становлять природно-екологічний базис його розвитку. Вони розглядаються за особливостями рельєфу, ступенем насиченості геологічними ресурсами, що мають рекреаційне значення, комфортністю погодно-кліматичних умов, наявністю гідрологічних рекреаційних ресурсів, різноманітністю біологічних ресурсів території, привабливістю ландшафтів, екологічним станом;

– по-друге, за соціально-історичною значущістю, сформованою багатьма поколіннями людей, які залишили на

конкретній території сліди своєї діяльності у вигляді різних типів поселень, пам'яток матеріальної та духовної культури;

– по-третє, за трудовим потенціалом, який характеризується чисельністю, структурою та якістю робочої сили відповідно до рівня кваліфікації та освіти працівників;

– по-четверте, за виробничим потенціалом, який визначає господарське середовище функціонування рекреаційного господарства та туристичного бізнесу, характеризує кількісну та якісну забезпеченість об'єктами інфраструктури загального користування, а також матеріально-технічну забезпеченість самої галузі.

– за іміджем території [6, с. 10].

Таким чином, із п'ятьох елементів, за якими визначається придатність або непридатність території для розвитку туризму, чотири мають ресурсний характер, а п'ятий (імідж) є образом туристично-рекреаційної привабливості території, який сформований у свідомості потенційних туристів. Значна частина цього образу формується за рахунок наявних рекреаційно-туристичних ресурсів. Під рекреаційно-туристичними ресурсами розуміють об'єкти, явища чи процеси природного, антропогенного або змішаного походження, властивості яких можуть безпосередньо задовольнити потреби людей у відпочинку та змістовному проведенні дозвілля. Особливою рисою рекреаційно-туристичних ресурсів є здатність переконати людей, які хочуть залучитися до їх використання з метою відпочинку, долати певні відстані. Довжина цієї відстані прямо пропорційно залежить від споживчої цінності самих ресурсів, стану інфраструктури туристичного та загального користування та іміджу місця призначення [6, с. 10].

Туристична індустрія належить до галузей із виразною ресурсною орієнтацією. Разом із тим туризм називають «індустрією без труб». Ресурси, задіяні в рекреаційно-туристичній діяльності, за дотримання елементарних природоохоронних і ресурсозберігаючих правил та технологій можуть використовуватися тривалий час без суттєвих процесів деградації природних і соціально-культурних комплексів навіть за умови значних антропогенних навантажень.

Під рекреаційними ресурсами розуміють поєднання компонентів природи, соціально-економічних чинників і культурних цінностей, що виступають як умови задоволення рекреаційних потреб людини. До рекреаційних ресурсів належать території та окремі об'єкти, що можуть бути використані для відпочинку й лікування людей, відновлення їхніх фізичних і духовних сил. Характерними властивостями рекреаційних ресурсів є: цілісність, динамізм, місткість, стійкість, надійність, привабливість [4, с. 406].

З урахуванням наявних рекреаційних ресурсів у Херсонській області найбільшого розповсюдження отримали чотири основних типи рекреаційної діяльності (табл. 1).

Тип рекреаційної діяльності – однорідне угруповання елементарних рекреаційних занять, кожне з яких взаємозамінне й альтернативне для всіх інших елементарних рекреаційних занять даної групи. До одного типу рекреаційної діяльності будуть належати взаємозамінювані елементарні рекреаційні заняття [4, с. 409].

Таблиця 1

**Рекреаційна діяльність у Херсонській області**

Тип			
I. Лікувальний	II. Оздоровчий	III. Пізнавальний	IV. Спортивний
Підтип			
- кліматичний; - грязьовий; - бальнеологічний; - таласотерапевтичний	- купально-пляжний; - маршруто-прогулянковий	- культурно-історичний; - природничий	- риболовчо-мисливський; - спортивне орієнтування; - водно-спортивний; - змагання

Джерело: [4]

Підтипи рекреаційної діяльності формують рекреаційні заняття туристів, які за своїм спрямуванням можуть бути об'єднані у дві групи:

1. Група відновлення:

- *рекреаційно-лікувальні*, які являють собою систему занять, жорстко зумовлених методами санаторно-курортного лікування – бальнеолікування, грязелікування, кліматолікування тощо;

- *рекреаційно-оздоровчі* – нічим не обмежене широке коло різноманітних занять: прогулянки, купання, сонячні ванни та ін.

2. Група розвитку:

- *рекреаційно-спортивні* – спрямовані на розвиток фізичних сил людини, заняття різними видами спорту;

- *рекреаційно-пізнавальні* – покликані духовно розвивати людину і можуть містити екскурсії, відвідання музеїв, театрів, кіноконцертних залів.

Рекреаційні ресурси поділяються на три групи:

*Природні рекреаційні ресурси* (клімат, земельні і водні ресурси, рельєф, печери, рослинний і тваринний світ, парки та заповідники, мальовничі пейзажі, унікальні природні об'єкти та ін.).

*Культурно-історичні рекреаційні ресурси* (культурні, історичні, археологічні, архітектурні пам'ятки, етнографічні особливості території, фольклор, центри прикладного мистецтва тощо).

*Соціально-економічні рекреаційні ресурси* (економіко-географічне положення, транспортна доступність території, рівень її економічного розвитку, сучасна та перспективна територіальна організація господарства, рівень обслуговування населення, структура населення, трудові ресурси, особливості розселення, рівень розвитку транспортної мережі та ін.) [4, с. 406].

Херсонська область розташована на півдні України в межах Причорноморської низовини, у басейні нижньої течії річки Дніпро. На півдні омивається водами Чорного і Азовського морів. Берегова лінія дуже порізана. Вздовж морського узбережжя тягнуться піщані острови (Джарилгач, Чурюк), коси (Тендрівська, Бірючий Острів), мілководні затоки (Джарилгачька, Тендрівська), лимани (Утлюцький, Дніпровський). Головні річки – Дніпро і його права притока Інгулець. На території області знаходиться велика частина Каховського водосховища. Дане розташування й визначило приналежність Херсонської області до зони степів, яка характерна незначними середніми висотами 15–250 м (для Херсонської області 30–50 м) із добре розвинутими ярами, річковими долинами.

Клімат помірно континентальний, посушливий. Середньорічні температури: літня – +22,4°C, зимова – –2,1°C. Максимальна літня температура – +40°C, мінімальна зимова – –30°C. Тривалість безморозного періоду – у середньому 179 днів на рік. Середньорічна кількість опадів – від 300 до 420 мм. За сильного вітру часом навіть узимку виникають пилові бурі [4, с. 407].

Клімат, погода, їх комфортність і вплив на самопочуття людини є визначальними, а здебільшого навіть лімітуючими чинниками розвитку для більшості функціональних типів територіальних рекреаційних систем, туристичних комплексів і масових видів туризму. Наприклад, сприятливість помірного, тропічного та субтропічного клімату дає змогу розвивати практично всі види рекреаційно-туристичної діяльності. Тоді як суворість арктичних і антарктичних районів, згубність для здоров'я людини, особливо європейців, екваторіального клімату з його високими температурами та вологістю унеможливають розвиток масового туризму у цих кліматичних поясах.

Клімат безпосередньо впливає на потужність і сезонність туристичних потоків, є природним чинником формування світової політики в межах головних туристичних районів світу та України. Саме кліматичні особливості актуалізували одну з нагальних проблем розвитку туристичної індустрії світу – проблему пікового завантаження засобів розміщення туристів і сезонності робочих місць. «Мертвий сезон» (зимовий чи дощовий період) змушує частину інфраструктурних закладів тимчасово припинити свою роботу або у кілька разів знижувати ціну більшості послуг. У вигаді опиняються ті країни чи їхні частини, територія яких розташована у комфортних кліматичних і погодних умовах, де сезонні коливання головних метеорологічних характеристик мінімальні і дають змогу обслуговувати туристів протягом року.

Комфортність погодно-кліматичних характеристик – поняття відносне, оскільки залежить від індивідуальних особливостей організму людини і від того, в яких погодно-кліматичних умовах він розвивався. Головні потоки туристів формуються в Європі та Північній Америці, тому, говорячи про комфортність погодно-кліматичних умов, матимемо на увазі саме цей контингент туристів. Для пересічного європейця чи американця комфортною для відпочинку вважається така погода: температура повітря влітку – +20–26 °C, температура води – від +20 °C; вологість повітря – 60–85%; ясна, сонячна, безвітряна погода в усі пори року. Ці параметри визначають найкращі погодні умови для відпочинку [4, с. 407].

Основним об'єктом досліджень розвитку рекреаційно-туристичної діяльності Південного регіону України є Генічеський район Херсонської області, який розташований на північному узбережжі Азовського моря і межує на півночі з Якимівським районом Запорізької області, на північному заході – з Новотроїцьким та Іванівським районами Херсонської області, на південному заході – Джанкойським і Ленінським районами Автономної Республіки Крим. Генічеськ – місто районного підпорядкування, центр району. Розташований у південно-східній частині Приазовської низовини, на узбережжі Утлюцького лиману Азовського моря і протоки Тонкої, яка з'єднує лиман із Сивашем. Відстань до Херсона – 215 км. Є залізнична станція і порт (рис. 1).

Природно-кліматичні умови і географічне положення району відкривають широкі можливості для розвитку курортно-рекреаційного господарства. Цілющі якості моря, сонця, повітря приваблюють у Генічеськ тисячі людей з України та ближнього зарубіжжя, які влітку приїждять для відпочинку та оздоровлення. Місцеві жителі користуються морськими ваннами й узимку, маючи від купання між крижаними скелями справжню насолоду та неабиякий оздоровчий ефект. Улітку ж особливо добре себе почувають на мілкому та теплому узбережжі діти. Середня солоність води в Азовському морі становить 14‰, а її температура завдяки доброму прогріванню доходить до 24–25 °C, а на мілководді навіть до 32 °C (рис. 2).

Основними природними ресурсами району є Азовське море, лікувальні грязі і ропа Сивашу, термальні води Арабатської Стрілки, що сприяли створенню широкої мережі пансіонатів, дитячих оздоровчих таборів. Своєрідною коморою хімічної сировини є Сиваш. Через мілководність і велике випаровування його вода перетворюється на ропу, яку використовують для добування кухонної солі, йоду, броду, мірабіліту. Під час купання в морі надзвичайно швидко загоюються рани, а сонячні ванни благотворно впливають на лікування захворювання шкіри, зокрема псоріазу. Добре лікуються тут хвороби верхніх дихальних шляхів та інших ЛОР-захворювань. Значна кількість йоду у морських водоростях, які ми називаємо «камкою», сприяє оздоровленню тих, хто страждає на захворювання щитовидної залози.

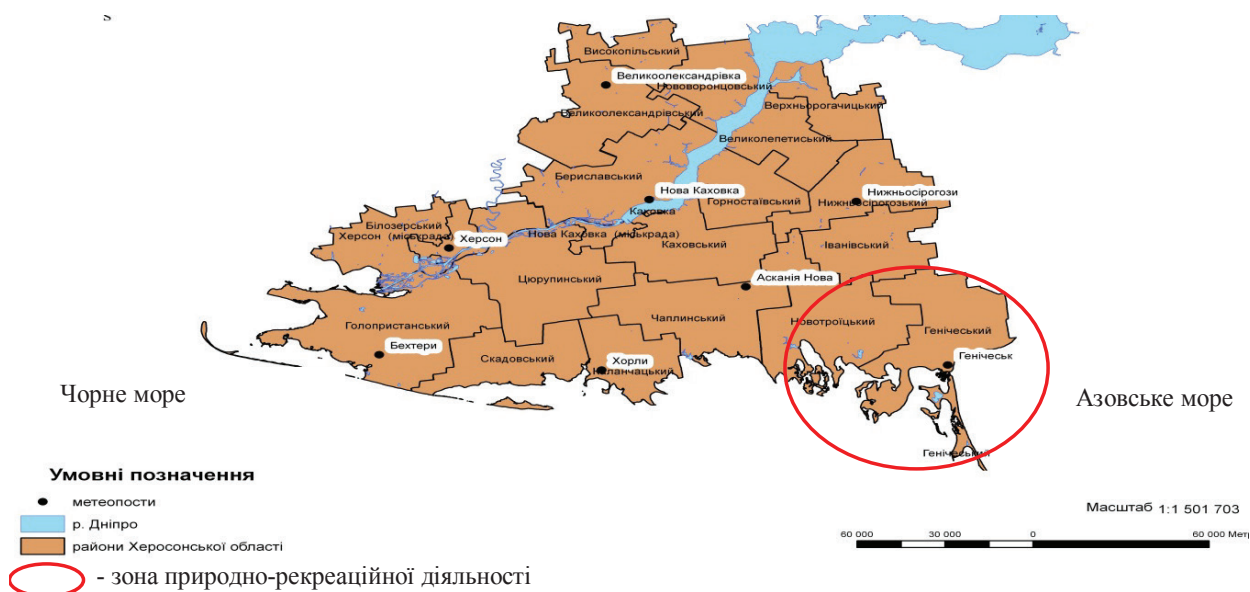


Рис. 1. Мережа спостережень за кліматичними показниками в Херсонській області

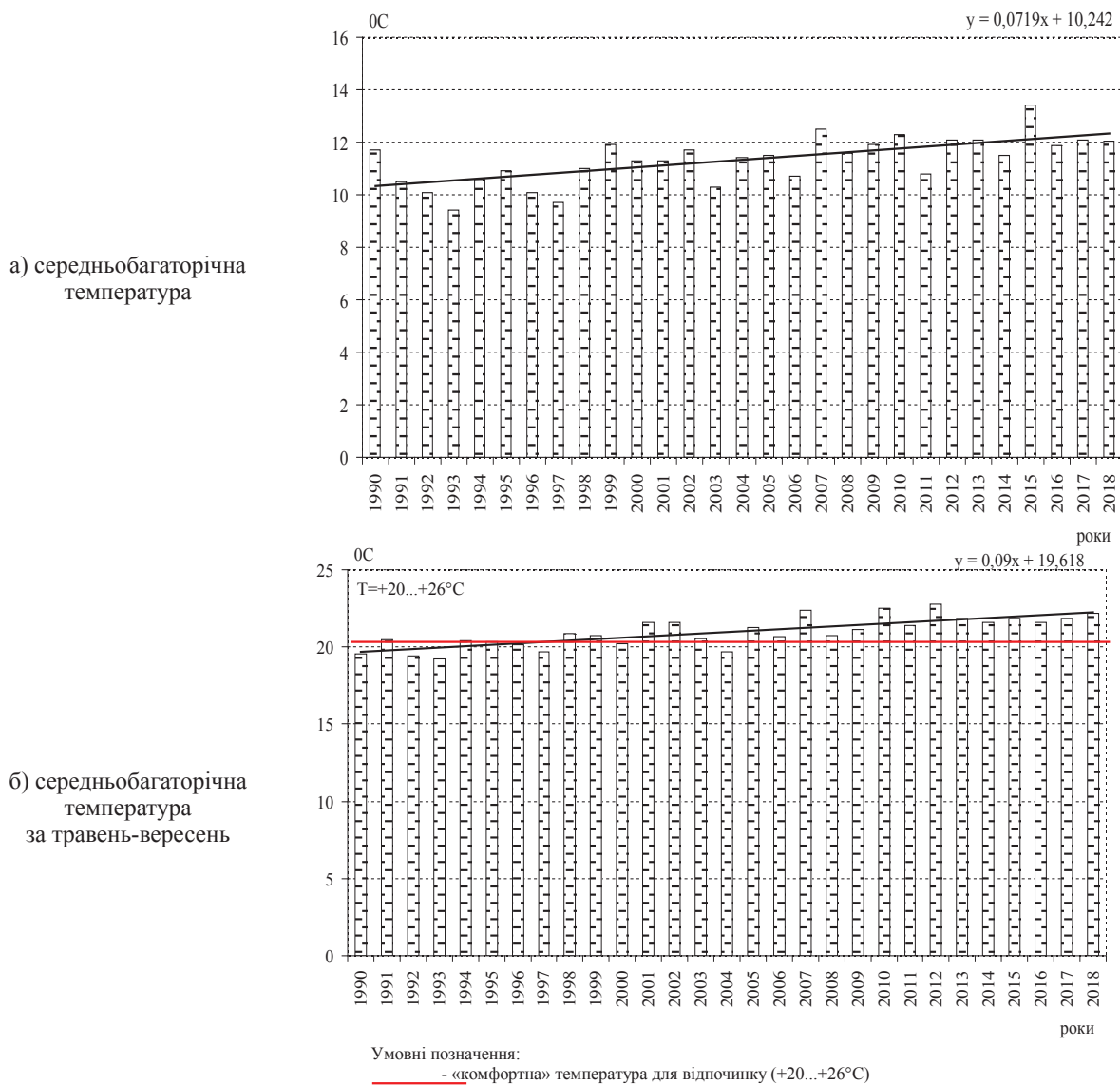


Рис. 2. Середньобагаторічна динаміка температури повітря

Джерело: (метеостанція м. Генічеськ)

Екологічне чисте повітря, фрукти, овочі, вирощені без перебільшення нітратів та добрив, як і молочно-м'ясні продукти, – усе це приваблює до міста відпочиваючих, і влітку населення Генічеська збільшується майже вдвічі [2].

Окрім цілющих вод, на Арабатській Стрілці є невичерпні запаси лікувальної грязі та ропи. Дослідники виявили їх значну кількість в озерах Салькове, Генічеське, у протоці Кручене Гирло і довели необхідність будівництва у цих районах грязелікарень. Ще один потужний лікувальний чинник – ропа (сольовий розчин) озер та заток.

Серед інших природно-рекреаційних ресурсів Генічеського району особливий інтерес становить природно-заповідний фонд Азово-Сиваського національного природного парку, який становить два об'єкти загальною площею 7528 га. Вони розташовані на островах Бірючий та Куюк-Тук. Усього ж, включаючи акваторію заповідного фонду, його площа на території району становить 29269 га. Нині у Генічеському районі налічуються діючі курортно-оздоровчі заклади та дитячі оздоровчі табори.

Комфортні для людини характеристики клімату є доведеними чинниками відновлення працездатності та нор-

малізації стану організму людини, оскільки створюють умови, за яких ці процеси відбуваються найбільш ефективно. Особливо привабливими для туристів є ті території, на яких не спостерігаються стихійні гідрометеорологічні явища (урагани, смерчі, довготривалі зливові дощі та періоди спекотної погоди), а комфортність клімату поєднується з іншими екологічними чинниками (чистим повітрям, насиченим молекулами морської солі, фітонцидами або ароматами цілющих гірських трав тощо) [1, с. 23].

Із проявами глобальних змін клімату «сезонно комфортний» період рекреаційно-туристичної діяльності розширився і характеризується п'ятимісячним періодом «травень – червень – липень – серпень – вересень» (середньобагаторічна температура – 20,9°C). Дослідженнями визначено тенденцію до збільшення середньобагаторічної температури повітря у травні та вересні, що є у цілому позитивним чинником розвитку індустрії туризму Причорноморської зони Херсонської області (рис. 3, 4).

**Висновки.** Багатство та унікальність природно-рекреаційних ресурсів у Херсонській області створює передумови для розвитку курортного господарства, а за

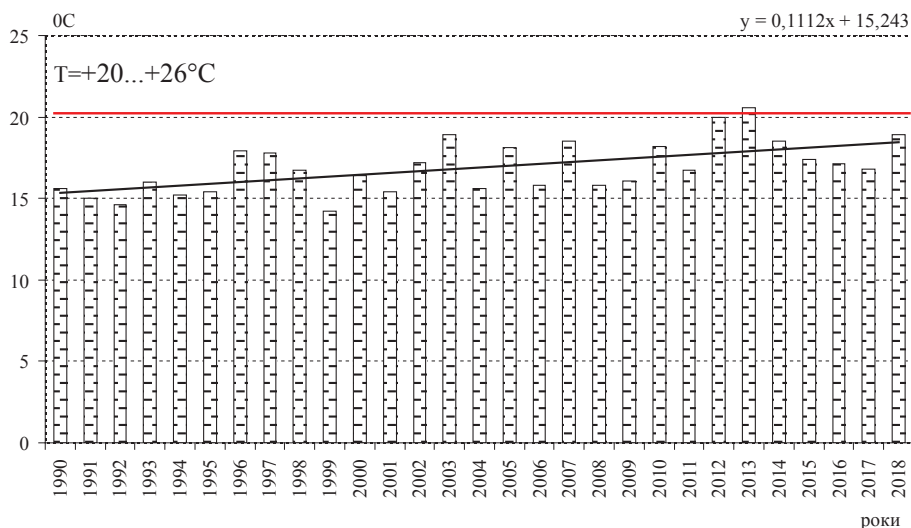
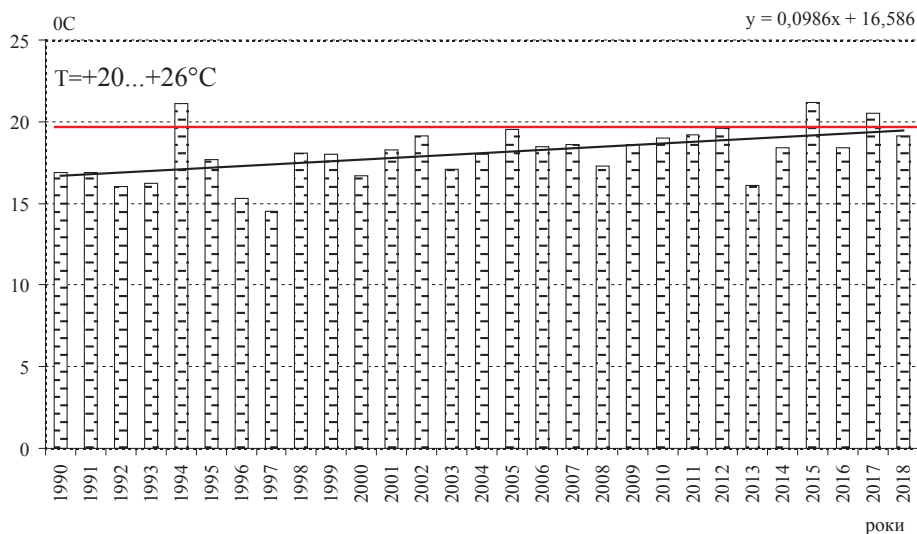


Рис. 3. Середньобагаторічна динаміка температури повітря, травень

Джерело: (метеостанція м. Генічеськ)



Умовні позначення:  
— «комфортна» температура для відпочинку (+20–26°C)

Рис. 4. Середньобагаторічна динаміка температури повітря, вересень

Джерело: (метеостанція м. Генічеськ)

рахунок нього й економіки регіону за рахунок їх ефективного використання, дає підстави сподіватися, що на території Херсонщини рекреація згодом переросте у потужну індустрію відпочинку, фізичного й духовного відновлення, глибокого національного самоусвідомлення, екологічної освіти і виховання рекреантів, тому рекреаційна сфера повинна бути визнана в області як одна з пріоритетних.

Визначено збільшення середньобагаторічної температури за п'ятимісячним періодом «травень – червень – липень – серпень – вересень», що є у цілому позитивним чинником розвитку індустрії туризму Причорноморської зони Херсонської області. Регіональні зміни клімату розширили період «комфортних» для людини кліматичних показників, які впливають на відновлення працездатності та нормалізації стану організму людини.

#### Список використаних джерел:

1. Ветрова Н.М. Рекреационная специализация региона: экологические параметры. *Экономика и управление*. 2011. № 3. С. 21–24.
2. Генічеськ і Генічеський район. Історична довідка : вебсайт. URL : <http://genichesk-rda.gov.ua/> (дата звернення: 20.11.2019).
3. *Кліматична система і фактори, що зумовлюють формування клімату* : веб-сайт. URL: <https://meteo.gov.ua/> (дата звернення: 18.11.2019).
4. Менеджмент туристичної галузі : підручник / О.М. Білоусов та ін. Херсон : Гельветика, 2017. 580 с.
5. Про стратегію розвитку туризму і курортів на 2016–2020 роки : вебсайт. URL : <https://www.kmu.gov.ua/> (дата звернення: 10.10.2019).
6. Рекреаційно-туристичні ресурси України з основами туристичного ресурсознавства : навчальний посібник / Н.О. Алешугіна та ін. Чернігів : ЧНТУ, 492 с.
7. Смаль І.В. Туристичні ресурси світу. Ніжин, 2010. 336 с.

#### References:

1. Vetrova N.M. Recreational features of region: environmental options. *Ekonomika i upravlenie – Economics and Management*, 2011, no. 3, pp. 21–24. (In Russian).
2. Genichesk and Genichesk district Historical reference: Website URL: <http://genichesk-rda.gov.ua/> (accessed 20/11/2019).
3. The climate system and the factors that determine the climate of a website URL: <https://meteo.gov.ua/> (accessed 11/18/2019).
4. Management of the tourism industry: a textbook / OM Belousov and others. Kherson, Helvetik Publishing House, 2017. 580 p.
5. About the strategy of development of tourism and resorts for 2016–2020 website. URL: <https://www.kmu.gov.ua/> (accessed 10/10/2019).
6. Recreational tourism resources of Ukraine with the basics of tourism resource science: a textbook / N.O. Aleshugina, O.V. Baranovskaya, M.O. Baranovsky, O.O. Zelenskaya, I.V. Smal, I.M. Filonenko. Chernihiv: Issue of the National Technical University, 492 p.
7. Smal I.V. World Tourism Resources: Issue of Nizhyn Mykola Gogol State University, 2010. 336 p.

### РАЗВИТИЕ РЕКРЕАЦИОННО-ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ ИЗМЕНЕНИЙ КЛИМАТА В ЮЖНОМ РЕГИОНЕ УКРАИНЫ

**Аннотация.** Погодно-климатические условия являются одним из важных факторов влияния на состояние природно-рекреационных ресурсов, которые, в свою очередь, обуславливают возможности и перспективы рекреационно-туристической деятельности. В статье рассмотрена климатическая характеристика Причерноморской зоны Херсонской области с точки зрения организации рекреационно-туристической деятельности. Сформирована база данных потенциальных и имеющихся туристско-рекреационных ресурсов. Исследованиями определено увеличение среднегодовой температуры с пятимесячным периодом «май – июнь – июль – август – сентябрь», что в целом является положительным фактором развития индустрии туризма Причерноморской зоны Херсонской области. Региональные изменения климата расширили период «комфортных» для человека климатических показателей, влияющих на восстановление работоспособности и нормализации состояния организма человека.

**Ключевые слова:** климат, рекреационные ресурсы, рекреационно-туристическая деятельность, изменение температурного режима, погодно-климатические условия, туризм.

### DEVELOPMENT OF RECREATION AND TOURIST ACTIVITIES IN CONDITIONS OF CLIMATE CHANGE IN SOUTHERN REGION OF UKRAINE

**Summary.** Weather and climatic conditions are one of the important factors of influence on the state of natural and recreational resources, that, in their turn, determine the opportunities and the perspectives of recreational and tourist activities. The article is examined the climatic characteristics of the Black Sea zone of Kherson region from the point of view of organization of recreational and tourist activities. A database of potential and available tourist and recreational resources has been formed. The research identified an increase in the average annual temperature for the five-month period, "May-June-July-August-September", which is in general a positive factor of the development of the tourism industry of the Black Sea zone of Kherson region. Regional climate changes have expanded the period of "comfortable" for human being climatic indicators that influence on the restoration of ability to work and on the normalization of a human being. Climate is one of the leading resources that are reasoned the spatial organization of recreation. To evaluate it, the degree of favorable influence of different climatic indicators on a person and its health is revealed. The greatest impact of climate is manifested through the human's reaction on the weather or on the whole complex of geophysical and meteorological elements (light, duration of day, increase of total solar and ultraviolet radiation, air transparency, temperature and humidity of air, wind speed, cloudiness, etc.). In the process of climate change in the direction of warming on the territory of Ukraine, it will be probably a transformation of natural and landscape complexes, their species composition, productivity and stability, which will inevitably affect on the existing forms of recreational and tourist activity. Changes in weather and climatic conditions can significantly influence on the sustainable development of recreational and tourist activities in Ukraine and its separate regions: shifting the boundaries of natural and climatic zones, change the structure of recreational and tourist activities; redistribution of recreational and tourist flows; change of the state of objects of recreational and tourist activity and duration of their use; change of bioclimatic conditions and comfort for

holiday-makers. The richness and the uniqueness of natural and recreational resources in Kherson region creates preconditions for the development of the resort economy, and at the expense of it and the economy of the region through their efficient use, gives reasons to hope that on the territory of Kherson region, recreation will later grow into a powerful industry of recreation, physical and spiritual renovation, deep national self-awareness, environmental education and upbringing of holiday-makers, that's why the recreation sphere must be recognized in the region as one of the most priorities ones.

**Key words:** recreational and tourist activity, tourism, climate, recreational resources, change of temperature regime, weather and climatic conditions.

УДК 368.914

DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-28-40>

**Мякушко Н. С.**

*кандидат політичних наук, доктор філософії,  
директор*

*Полтавського інституту економіки і права  
Університету «Україна»*

**Фисун І. В.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри управління та адміністрування*

*Полтавського інституту економіки і права  
Університету «Україна»*

**Myakushko Nadiya**

*Candidate of Political Science, Doctor of Philosophy,  
Director of the Poltava Institute of Economics and Law  
of the University «Ukraine»*

**Fysun Iryna**

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Associate Professor of the Department of Management and Administration  
Poltava Institute of Economics and Law  
of the University «Ukraine»*

## СИСТЕМА ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УКРАЇНІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ З УРАХУВАННЯМ ДОСВІДУ ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН

**Анотація.** У статті обгрунтовано неефективність сучасної пенсійної системи України в умовах демографічних та політично-економічних проблем країни. Проаналізовано динаміку чисельності загального, зайнятого населення та пенсіонерів в Україні, а також дефіциту бюджету Пенсійного фонду. Виявлено причини відсутності роботи Накопичувального державного пенсійного фонду як другого рівня вітчизняної системи пенсійного забезпечення. Проведено порівняльний аналіз систем пенсійного забезпечення окремих пострадянських країн та розглянуто особливості функціонування систем пенсійного забезпечення економічно розвинених країн світу. Автори зосереджують увагу на головній ролі накопичувальних складників, як загальнодержавних, так і добровільних, пенсійних систем економічно розвинених країн. Із метою наближення системи пенсійного забезпечення України до стандартів пенсійних систем цих країн пропонується в процесі її реформування використання досвіду зарубіжних країн саме у сфері функціонування накопичувальних складників пенсійної системи.

**Ключові слова:** система пенсійного забезпечення, загальнообов'язкове пенсійне страхування, пенсійний вік, державне пенсійне забезпечення, порівняльний аналіз.

**Вступ та постановка проблеми.** Одним із найважливіших завдань соціально-економічного розвитку України є реформування системи пенсійного забезпечення населення для підвищення рівня його соціального захисту. Система пенсійного забезпечення в більшості країн світу є одним із головних елементів соціальної політики держави, що забезпечує вирішення суспільних проблем та захист економічних інтересів громадян у період похилого віку.

Виходячи із соціологічних досліджень, в Україні існує стійка тенденція до зменшення чисельності працюючого населення й збільшення кількості пенсіонерів, що зумовлює зростання коефіцієнта демографічної залежності.

Сучасна пенсійна система України виявляє неспроможність ефективного функціонування в умовах демографічних, політичних та економічних проблем країни. Саме тому сьогодні актуальним є дослідження стану розвитку вітчизняної системи пенсійного забезпечення та вивчення досвіду зарубіжних країн із метою її вдосконалення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми функціонування системи пенсійного забезпечення постійно знаходяться в полі зору вітчизняних науковців, зокрема таких, як Ю. Баніт, Ю. Макаренко, О. Петрушка, П. Філіпчук, В. Яценко та ін. Однак сьогодні особливої уваги потребують питання перспектив розвитку



вітчизняної системи пенсійного забезпечення на основі досвіду зарубіжних країн із метою її вдосконалення.

**Метою** даної роботи є дослідження сучасного стану системи пенсійного забезпечення України та визначення перспектив її розвитку з урахуванням досвіду зарубіжних країн.

#### Результати дослідження.

Проведені дослідження свідчать, що законодавчою основою для функціонування системи пенсійного забезпечення в нашій країні є Закон України «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування», що є чинним з січня 2014 р., згідно за ст. 2 якого система пенсійного забезпечення в Україні складається з трьох рівнів:

1) державного загальнообов'язкового пенсійного страхування на засадах солідарності та виплати пенсій за рахунок коштів Пенсійного фонду України;

2) загальнообов'язкового накопичувального пенсійного забезпечення, що полягає у спрямуванні частини внесків у державний Накопичувальний пенсійний фонд України на індивідуальні пенсійні рахунки громадян;

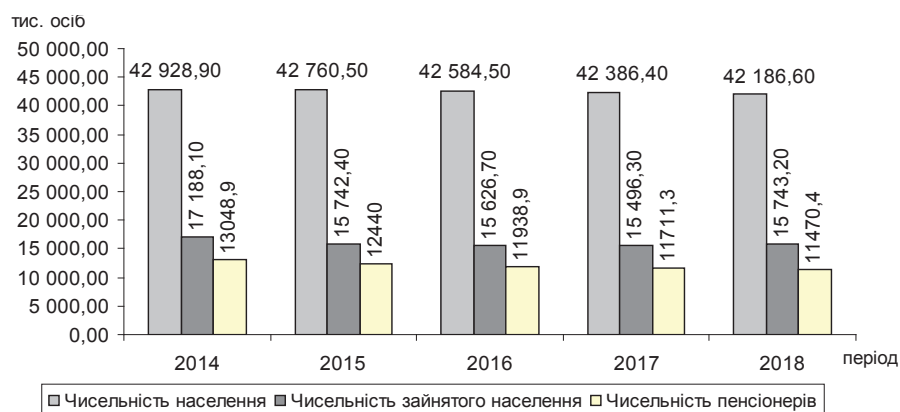
3) системи недержавного пенсійного забезпечення для додаткових добровільних пенсійних накопичень громадян у страхових компаніях, недержавних пенсійних фондах та банках [1].

У нашій країні загальнообов'язкове державне пенсійне страхування, що є першим рівнем пенсійної системи, є головним складником системи пенсійного забез-

печення, завдяки якій забезпечується матеріальний захист населення у разі втрати працездатності та в похилому віці. Але цей рівень пенсійної системи України не може повноцінно розвиватися за умов політично-економічних та демографічних проблем.

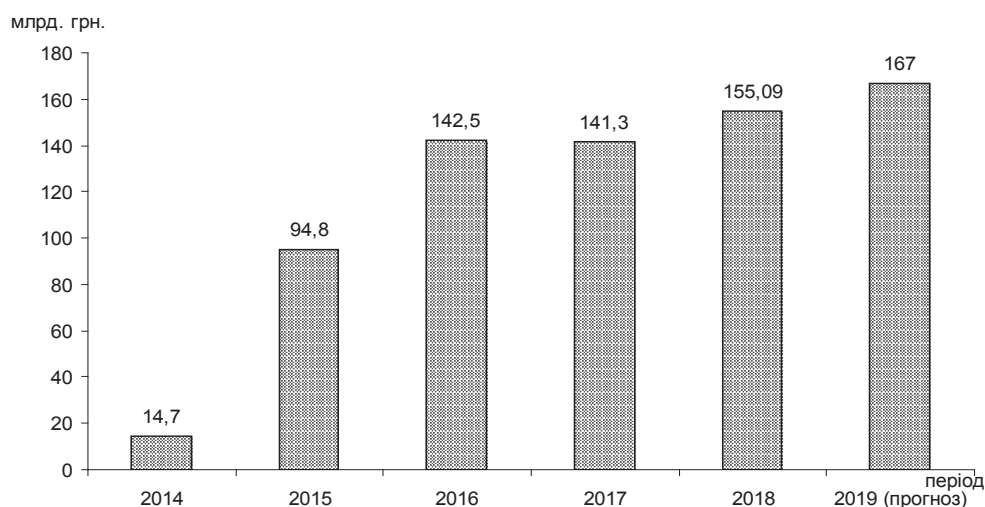
Однією із цих проблем є стійка тенденція до зменшення чисельності населення України, як загального, так і зайнятого. Так, згідно з даними Державної служби статистики, на кінець 2014 р. чисельність населення країни без урахування окупованих територій (АР Крим та частини Донецької й Луганської областей) становила 42 928,9 тис осіб, а в 2018 р. – 42 186,6 тис осіб, тобто на 742,3 тис осіб менше проти 2014 р. Кількість офіційно зайнятого населення в Україні (без урахування окупованих територій) у 2014 р. становила 17 188,1 тис осіб, а в 2018 р. – 15 743,2 тис осіб, що на 1 444,9 тис осіб менше проти 2017 р. (рис 1).

Дані рис. 1 свідчать про практичне зрівняння чисельності пенсіонерів та зайнятого населення в країні у період 2014–2018 рр., що зумовило неможливість Пенсійного фонду України функціонувати самостійно. Так, у 2017 р. кошти, спрямовані з державного бюджету для покриття дефіциту Пенсійного фонду України, становили 133,5 млрд. грн, на кінець 2018 р. реальний дефіцит його бюджету становив 139,3 млрд. грн, а з державного бюджету було спрямовано 150,09 млрд. грн для забезпечення пенсійних виплат (рис. 2) [3].



**Рис. 1.** Співвідношення чисельності загального, зайнятого населення та пенсіонерів в Україні за 2014–2018 рр. (без урахування окупованих територій (АР Крим та частини Донбасу), тис осіб)

Джерело: побудовано авторами на основі [2]



**Рис. 2.** Динаміка дефіциту бюджету Пенсійного фонду України за 2014–2019 рр., млрд. грн

Джерело: побудовано авторами на основі [3; 4]

Зважаючи на постійний дефіцит бюджету Пенсійного фонду України, в країні було здійснено заходи реформування, що переважно полягали у підвищенні пенсійного віку та страхового стажу. Проте аналіз рівня пенсійного забезпечення громадян України свідчить, що він є занадто низьким та зростає дуже повільними темпами. Так, на кінець березня 2018 р. середня пенсія в Україні збільшилася проти 2017 р. на 38,0 грн. і становила 2 517,82 грн. На рис. 3 представлено середній розмір пенсійної виплати в регіонах України станом на 01 січня 2019 р., що свідчить про те, що у 18-ти регіонах України середній розмір пенсійної виплати був нижчим за середній розмір пенсійної виплати по Україні (2 645,66 грн) [5].

При цьому дані рис. 3 свідчать, що на початок 2019 р. лише у п'яти регіонах України середній розмір пенсійної виплати був вищим за середній розмір по країні, а у двох регіонах (Київській і Харківській областях) він знаходився на рівні середнього розміру пенсійної виплати в Україні. Найбільші пенсійні виплати на початок 2019 р. отримували мешканці міста Києва, Донецької, Луганської та Дніпропетровської областей. У столиці України середня пенсія у цей період становила 3 677,05 грн., на Донеччині – 3 438,93 грн, а на Луганщині – 3 171,82 грн. Найменшими на початок 2019 р. були пенсійні виплати мешканцям Тернопільської області – у середньому 2 059,47 грн, а також Закарпатської області, де вони становили 2 139,66 грн.

Проведені дослідження засвідчили, що в Україні сьогодні не функціонує другий рівень системи пенсійного забезпечення, а саме Накопичувальний державний пенсійний фонд. Спроба впровадження його в дію в країні відбулася на початку 2017 р. змінами до Закону України «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування». Було законодавчо передбачено, що накопичувальна система стосується громадян, яким на дату запровадження перерахування страхових внесків до Накопичувального фонду виповнилося не більш як 35 років. Відсоток відрахувань передбачався на рівні 2%, зі збільшенням до 2022 р. до 7%. [1]. Але другий рівень системи пенсійного забезпечення не впроваджений у дію.

Третій рівень вітчизняної пенсійної системи було введено в дію з 01 січня 2004 р., коли набрав чинності Закон України «Про недержавне пенсійне забезпечення», відповідно якого його безпосередніми учасниками є недержавні пенсійні фонди, страхові компанії зі страхування життя, що укладають угоди добровільного пенсійного страхування, та банківські установи, котрі мають ліцензію щодо відкриття пенсійних депозитних рахунків [6].

Згідно з офіційними даними Національної комісії, що здійснює державне регулювання ринків фінансових послуг, станом на початок 2019 р. в Україні діяло 62 недержавних пенсійних фонди, регіональний розподіл яких представлено на рис. 4.

Послугами недержавних пенсійних фондів у цей період в Україні було охоплено понад 855,3 тис осіб, що становило близько 5,4% від загальної кількості зайнятого населення. Водночас в Україні налічувалося 30 компаній зі страхування життя, з яких лише чотири здійснювали добровільне пенсійне страхування, а частка пенсійного страхування на ринку страхування життя України становила 1,2% від усіх премій за всіма видами страхування життя на кінець 2018 р., що є дуже низьким показником (рис. 5).

Щодо банків як учасників системи недержавного пенсійного забезпечення, то їхня участь в Україні переважно полягає у співпраці з недержавними пенсійними фондами та компаніями зі страхування життя. Оскільки інформація щодо обсягу укладених пенсійних депозитних рахунків банками у відкритому доступі відсутня, то важко визначити ступінь їхньої участі у цьому складнику пенсійної системи.

У табл. 1 представлено показники діяльності недержавних пенсійних фондів і компаній зі страхування життя в Україні станом на кінець 2018 р.

Порівнюючи діяльність недержавних пенсійних фондів та страховиків у галузі недержавного пенсійного забезпечення, доцільно зробити висновок, що недержавні пенсійні фонди на початок 2019 р. акумулювали більші обсяги пенсійних внесків і здійснили більші пенсійні виплати, ніж страховики. Однак компанії зі страхування життя володіли більшим фінансовим потенціалом на

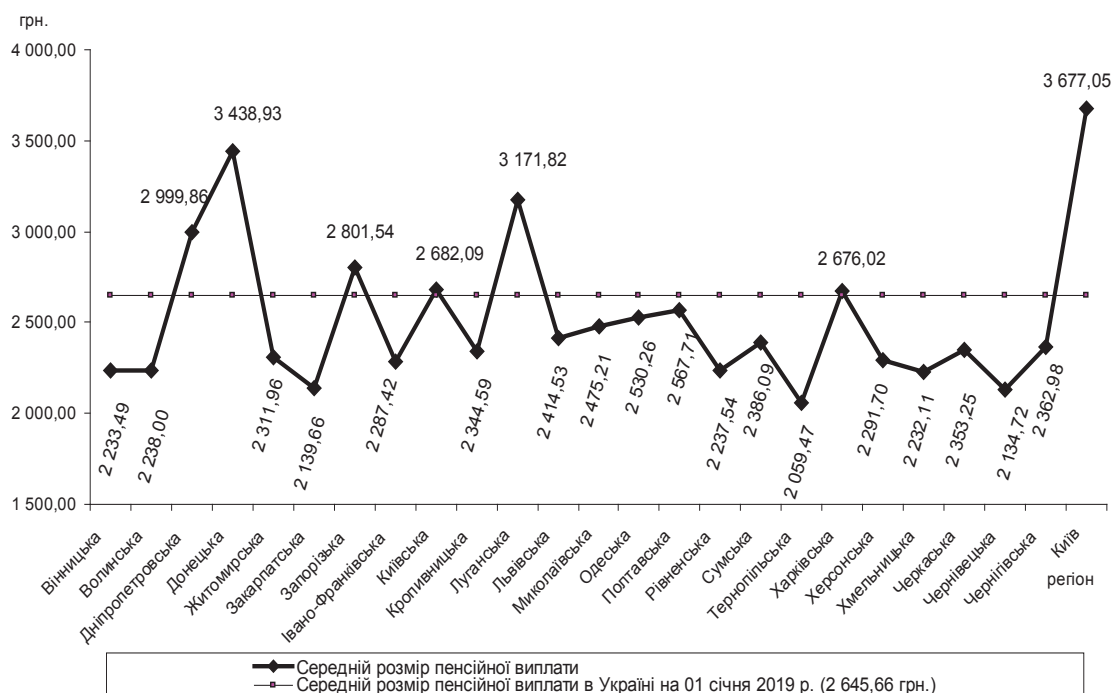


Рис. 3. Середній розмір пенсійної виплати в регіонах України станом на 01 січня 2019 р., грн

Джерело: побудовано авторами на основі [5]

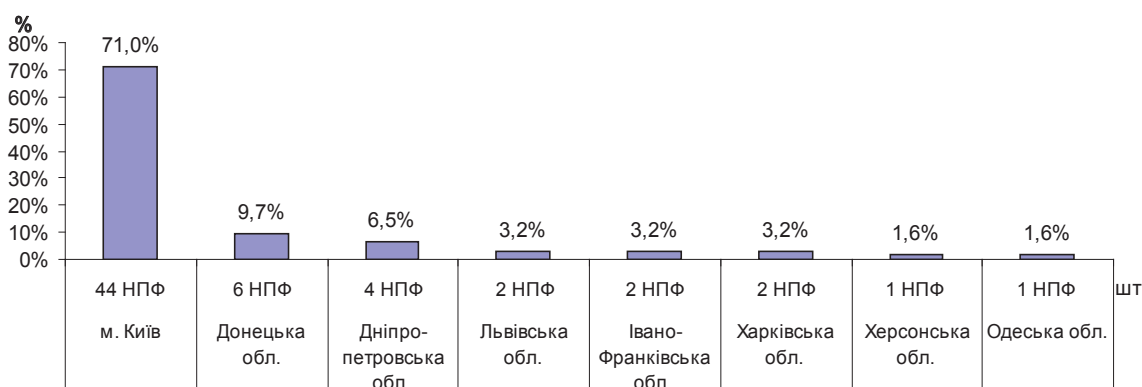


Рис. 4. Регіональна структура недержавних пенсійних фондів в Україні станом на 01 січня 2019 р., од./%

Джерело: побудовано авторами на основі [7]



Рис. 5. Динаміка кількості страхових компаній на страховому ринку України за період 2015–2018 роки, од.

Джерело: побудовано авторами на основі [8]

Таблиця 1

Показники діяльності недержавних пенсійних фондів та компаній зі страхування життя, що здійснювали пенсійне страхування в Україні, станом на 01 січня 2019 р., млн грн

Показник	Недержавні пенсійні фонди	Компанії зі страхування життя, що здійснюють пенсійне страхування
Кількість, од.	62	4
Кількість учасників (застрахованих) громадян, тис осіб.	68,8	11,8
Загальна вартість активів, млн грн	2 745,2	11 267,6
Пенсійні внески, млн грн	2 000,5	44,5
Пенсійні виплати, млн грн	781,5	8,6

Джерело: побудовано авторами на основі [7; 8]

відміну від пенсійних фондів, оскільки їхні активи у цей період були практично в чотири рази більшими, ніж активи недержавних пенсійних фондів.

Отже, результати аналізу діяльності учасників третього рівня вітчизняної пенсійної системи – недержавного пенсійного забезпечення – свідчать про недостатній його розвиток у нашій країні.

Сьогодні Україна, як і більшість пострадянських країн, послугується пенсійною системою, успадкованою від радянських часів, що є неефективною в сучасних ринкових умовах. Нині в більшості цих країн рівень пенсій є вкрай низьким і не відповідає необхідному прожиткового мінімуму пенсіонерів [9].

Проведемо порівняльний аналіз пенсійних систем України та окремих пострадянських країн (табл. 2).

Дані табл. 2 свідчать, що серед досліджуваних нами пенсійних систем пострадянських країн найкращою є сис-

тема Казахстану. Про це свідчать результати проведених нами досліджень. Зокрема, розмір соціальної пенсії у цій країні на початок 2019 р. становив 202 євро, і в країні, на відміну від України, було запроваджено накопичувальний рівень державної системи пенсійного забезпечення – введено в дію державний Єдиний накопичувальний пенсійний фонд. Казахстан одним із перших у пострадянських країнах запровадив розподільчо-накопичувальну пенсійну систему, орієнтовану на пенсійну систему Чилі, досвід якої використовувався багатьма країнами світу. У результаті проведення пенсійної реформи Казахстан отримав додаткові інвестиційні ресурси з недержавних пенсійних фондів, що дало змогу поповнити державний бюджет за рахунок збільшення акумуляції пенсійних накопичень усередині країни. Крім того, до 2030 р. Казахстан планує перейти повністю на добровільно-накопичувальну систему пенсійного забезпечення [10].

Порівняльна характеристика пенсійних систем окремих пострадянських країн за основними критеріями станом на 01 січня 2019 р.

Показник	Україна	Азербайджан	Білорусь	Казахстан
Кількість пенсіонерів, осіб/%	11 470 400 (27,2% населення)	1 318 434 (13% населення)	2 500 000 (23% населення)	3 025 771 (16,7% населення)
Пенсійний вік, років	жінки – 59 (до 60); чоловіки – 60	жінки й чоловіки – 65	жінки – 55; чоловіки – 60	жінки – 58; чоловіки – 63
Мінімальний стаж для отримання пенсії, років	жінки й чоловіки – 26 (збільшення на пів року до 2028 р.)	жінки й чоловіки – не менше 12	жінки – 20; чоловіки – 25	жінки – 20; чоловіки – 25
Середня соціальна пенсія за віком, євро	88,2	99,5	138,0	202,0
Порядок розрахунку пенсії	на основі середньої заробітної плати в країні	на основі засобів, накопичених на державному індивідуальному рахунку з урахуванням індексації	на основі встановлених норм, відкоригованих з урахуванням зростання середньої заробітної плати в країні	60% від середньомісячного доходу, отриманого за будь-які 3 роки роботи підряд
Джерела виплати пенсії	Пенсійний фонд України та учасники системи недержавного пенсійного забезпечення	Державний фонд соціального захисту Азербайджану	Фонд соціального захисту населення Міністерства праці та соціального захисту	Державний центр з виплати пенсій, Єдиний накопичувальний пенсійний фонд та недержавні пенсійні фонди

Джерело: складено авторами на основі [10; 11]

Проведені дослідження особливостей організації систем пенсійного забезпечення країн світу свідчать, що однією з найкращих пенсійних систем сьогодні є система пенсійного забезпечення Чилі, запроваджена Августо Піночетом у 1981 р. Модель цієї пенсійної системи під час реформування своїх систем пенсійного забезпечення взяла за основу значна кількість європейських країн, а також Аргентина, Перу, Колумбія та Казахстан [14].

Розглянемо особливості організації систем пенсійного забезпечення Канади, Японії, США та Чилі (табл. 3).

Отже, для економічно розвинених країн світу сьогодні характерні три рівні системи пенсійного забезпечення, в яких провідна роль належить державним та добровільним накопичувальним складовим. При цьому кожній країні притаманна власна система пенсійного забезпечення.

**Висновки.** У результаті аналізу сучасного стану державного складника вітчизняної системи пенсійного забезпечення виявлено низку проблем її розвитку. Основними з них є стійка тенденція до зменшення кількості загального та зайнятого населення, збільшення кількості пенсіонерів, постійний дефіцит бюджету Пенсійного фонду України, низький рівень соціальних пенсійних виплат і відсутність роботи накопичувального державного складника системи пенсійного забезпечення. Результати аналізу функціонування вітчизняної системи недержавного пенсійного забезпечення засвідчили недостатній її розвиток в Україні. Порівняльний аналіз розвитку систем пенсійного забезпечення України та зарубіжних країн свідчить, що у більшості країн світу функціонують трирівневі системи пенсійного забезпечення, в яких значну роль відіграє накопичувальний

Таблиця 3

Особливості організації систем пенсійного забезпечення Канади, Японії, США та Чилі

Країна	Особливості пенсійної системи
Канада	– пенсійний вік для жінок та чоловіків – 65 років (які прожили на території країни не менше 10 років, повна пенсія – не менше 40 років); – мінімальний розмір пенсії за віком 440 дол. США; – перший рівень пенсійної системи – Канадський пенсійний план (The Canada Pension Plan - CPP) – реформована солідарна система; – другий – накопичувальна система на основі спеціальних пенсійних планів (внески роботодавців та працівників); – третій – добровільні приватні пенсійні програми
Японія	– пенсійний вік – 65 років для чоловіків і жінок (із можливим коридором виконання до 70 років); – перший рівень – базові державні пенсії (внески громадян, роботодавців і дотації держави); – другий рівень – додаткові професійні пенсійні внески; – третій рівень – приватні пенсії (здійснюється добровільно)
США	– пенсійний вік – 65,5 роки для чоловіків і жінок; – середня пенсія на місяць – 1100–1200 дол. США; – перший рівень – державні пенсії (реформована солідарна розподільна пенсійна система); – другий рівень – приватні корпоративні пенсії (накопичувальні професійні пенсійні програми); – третій рівень – приватні індивідуальні пенсійні накопичення
Чилі	– пенсійний вік для жінок та чоловіків – 65 років (які прожили на території країни не менше 10 років, повна пенсія – не менше 40 років); – мінімальний розмір пенсії за віком – 450 дол. США; – перший рівень пенсійної системи – обов’язкові відрахування внесків працівників на індивідуальні пенсійні рахунки, контрольовані державою; – другий – страхування на випадок інвалідності втрати годувальника; – третій рівень – добровільні приватні пенсії

Джерело: складено авторами на основі [12–15]

складник, як загальнодержавний, так і добровільний. Зважаючи на досвід економічно розвинених країн, з метою вдосконалення системи пенсійного забезпечення в Україні важливо уведення в дію другого рівня системи пенсійного забезпечення (державного накопичувального страхування)

і розвиток третього рівня пенсійної системи – недержавного пенсійного забезпечення. Такі заходи сприятимуть зменшенню навантаження на соціальний складник пенсійної системи нашої країни і наблизять її до стандартів економічно розвинених країн світу.

#### Список використаних джерел:

1. Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування : Закон України від 09.07.2003 № 1058-IV / Верховна Рада України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1058-15> (дата звернення: 10.10.2019).
2. Соціальний захист населення України : статистичний збірник. *Державна служба статистики України*. URL : [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2019/zb/07/zb\\_szn\\_2018.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/07/zb_szn_2018.pdf) (дата звернення: 23.10.2019).
3. Інформація про виконання бюджету Пенсійного фонду України за 2018 рік. *Пенсійний фонд України*. URL : <https://www.pfu.gov.ua/960387-informatsiya-pro-vykonannya-byudzhetu-pensijnogo-fondu-ukrayiny-za-2018-rik/> (дата звернення: 25.10.2019).
4. Дефіцит бюджету пенсійного фонду України. *Ціна держави* : вебсайт. URL : <http://cost.ua/budget/deficit/pension/> (дата звернення: 25.10.2019).
5. Звіт про роботу та виконання бюджету Пенсійного фонду України за 2018 рік. *Пенсійний фонд України*. URL : [https://www.pfu.gov.ua/content/uploads/2019/03/Zvit\\_2018\\_21\\_03\\_2019.pdf](https://www.pfu.gov.ua/content/uploads/2019/03/Zvit_2018_21_03_2019.pdf) (дата звернення: 05.11.2019).
6. Про недержавне пенсійне забезпечення : Закон України від 09.07.2003 № 1057-IV / Верховна Рада України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1057-15> (дата звернення: 21.10.2019).
7. Підсумки розвитку системи недержавного пенсійного забезпечення за 2018 р. *Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг*. URL : [https://www.nfp.gov.ua/files/OgliadRinkiv/NPF/NPF\\_IV\\_kv%202018.pdf](https://www.nfp.gov.ua/files/OgliadRinkiv/NPF/NPF_IV_kv%202018.pdf) (дата звернення: 20.10.2019).
8. Підсумки діяльності страхових компаній за 2018 р. *Форіншурер*. URL : <https://forinsurer.com/files/file00654.pdf> (дата звернення: 20.10.2019).
9. Макаренко Ю., Яновський К. Накопичувальне страхування життя як конкурентоздатна альтернатива пенсії. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 2. С. 14–17.
10. Накопичувальне пенсійне страхування: досвід Республіки Казахстан. *Парламентський офіс з фінансового та економічного аналізу* : вебсайт. URL : <https://feao.org.ua/products/republickazakhstanpension/> (дата звернення: 02.11.2019).
11. Чем отличается украинская пенсионная система от белорусской, казахстанской и азербайджанской. *Mojazarplata.com.ua/ru* : вебсайт. URL : <https://mojazarplata.com.ua/ru/rss-yandex-ua/chem-otlichaetsja-ukrainskaja-pensionnaja-sistema-ot-belorussko-kazahstansko-i-azerbadzhansko> (дата звернення: 04.11.2019).
12. Філіпчук П.В. Системи пенсійного забезпечення: огляд світового досвіду. *Національна академія державного управління при Президенті України*. URL : [http://academy.gov.ua/ej/ej10/doc\\_pdf/Filipchuk.pdf](http://academy.gov.ua/ej/ej10/doc_pdf/Filipchuk.pdf) (дата звернення: 01.11.2019).
13. Петрушка О.В., Баніт Ю.В. Досвід реформування пенсійних систем зарубіжних країн та його використання в Україні. *Наука й економіка*. 2015. № 1(37). С. 19–27.
14. Яценко В. Де у світі найкращі пенсійні системи. *Економічна правда* : вебсайт. URL : <https://www.epravda.com.ua/columns/2018/11/16/642712/> (дата звернення: 24.10.2019).
15. Чому японці готові виходити на пенсію після 70 років? *Грушевського, 5* : вебсайт. URL : <http://grushevskogo5.com/blog/chomu-yarontsi-gotovi-vikhoditi-na-pensiyu-pislya-70-rokiv> (дата звернення: 22.10.2019).

#### References:

1. Verkhovna Rada Ukrayiny (2003). Pro zahal'noobov'язkove derzhavne pensiyne strakhuvannya: Zakon Ukrayiny vid 09.07.2003 №1058-IV: [On Compulsory State Pension Insurance: Law of Ukraine]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1058-15> (accessed 10 October 2019).
2. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny (2019). Sotsial'nyy zakhyst naselennya Ukrayiny: statystychnyy zbirnyk [Social protection of the population of Ukraine: a statistical compilation]. Available at: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2019/zb/07/zb\\_szn\\_2018.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/07/zb_szn_2018.pdf) (accessed 23 October 2019).
3. Pensiynyy fond Ukrayiny (2019). Informatsiya pro vykonannya byudzhetu Pensiynoho fondu Ukrayiny za 2018 rik [Information on the implementation of the budget of the Pension Fund of Ukraine for 2018] Available at: <https://www.pfu.gov.ua/960387-informatsiya-pro-vykonannya-byudzhetu-ensijnogo-fondu-ukrayiny-za-2018-rik/> (accessed 25 October 2019).
4. Tsina derzhavy: Website (2019). Defitsyt byudzhetu pensijnoho fondu Ukrayiny [Budget deficit of the Pension Fund of Ukraine] *Tsina derzhavy*: Website. Available at: <http://cost.ua/budget/deficit/pension/> (accessed 10 October 2019).
5. Pensiynyy fond Ukrayiny (2019). Zvit pro robotu ta vykonannya byudzhetu Pensiynoho fondu Ukrayiny za 2018 rik [Report on the operation and implementation of the budget of the Pension Fund of Ukraine for 2018]. Available at: [https://www.pfu.gov.ua/content/uploads/2019/03/Zvit\\_2018\\_21\\_03\\_2019.pdf](https://www.pfu.gov.ua/content/uploads/2019/03/Zvit_2018_21_03_2019.pdf). (accessed 05 November 2019).
6. Verkhovna Rada Ukrayiny (2019). Pro nederzhavne pensiyne zabezpechennya: Zakon Ukrayiny vid 9.07.2003 №1057-IV [On Non-State Pension Insurance: Law of Ukraine]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1057-15> (accessed 21 October 2019).
7. National Commission for the State Regulation of Financial Services Markets (2019). Pidsumky rozvytku systemy nederzhavnoho pensijnoho zabezpechennya za 2018 r. [Results of the development of the non-state pension system for 2018]. Available at: [https://www.nfp.gov.ua/files/OgliadRinkiv/NPF/NPF\\_IV\\_kv%202018.pdf](https://www.nfp.gov.ua/files/OgliadRinkiv/NPF/NPF_IV_kv%202018.pdf) (accessed 20 October 2019).
8. Foreinsurer: online edition (2019). Pidsumky diyal'nosti strakhovykh kompaniy za 2018 r. [Results of activity of insurance companies for 2018]. *Foreinsurer: online edition*. Available at: <https://forinsurer.com/files/file00654.pdf>. (accessed 20 October 2019).
9. Makarenko Yu., Yanovskyy K. (2018) Nakopychuvalne strakhuvannya zhyttya yak konkurentozdatna al'ternatyva pensiyi [Cumulative life insurance as a competitive alternative to retirement] *Investment: practice and experience*, no. 2, pp. 14–17.
10. Parliamentary Office for Financial and Economic Analysis (2018). Nakopychuvalne pensiyne strakhuvannya: dosvid Respubliky Kazakhstan [Cumulative pension insurance: experience of the Republic of Kazakhstan]. *Parliamentary Office for Financial and Economic Analysis*: Website. Available at: <https://feao.org.ua/products/republickazakhstanpension/> (accessed 02 November 2019).

11. Mojazarplata.com.ua/ru (2015). Chem otlichaetsja ukrainskaja pensionnaja sistema ot belarusskoj, kazahstanskoj i azerbajdzhanskoj [What is the difference between the Ukrainian pension system and Belarus, Kazakhstan and Azerbaijan] *Mojazarplata.com.ua/ru* : Website. Available at: <https://mojazarplata.com.ua/ru/rss-yandex-ua/chem-otlichaetsja-ukrainskaja-pensionnaja-sistema-ot-belorusko-kazahstansko-i-azerbadzhansko> (accessed 04 November 2019).
12. Filipchuk P.V. (2010) Systemy pensijnogo zabezpechennja: ohlyad svitovoho dosvidu [Retirement systems: an overview of world experience]. *National Academy of Public Administration under the President of Ukraine*. Available at: [http://academy.gov.ua/ej/ej10/doc\\_pdf/Filipchuk.pdf](http://academy.gov.ua/ej/ej10/doc_pdf/Filipchuk.pdf) (accessed 01 November 2019).
13. Petrushka O.V., Banit Yu.V (2015) Dosvid reformuvannya pensijnnykh system zarubiznykh krayin ta yoho vykorystannya v Ukraini [Experience of reforming pension systems of foreign countries and its use in Ukraine]. *Science and economics* no. 1(37), pp. 19–27.
14. Yatsenko V. (2018) De u sviti naykrashchi pensijni systemy [Where in the world are the best pension systems]. *Economic Truth: Website*. Available at: <https://www.epravda.com.ua/columns/2018/11/16/642712/> (accessed 24 October 2019).
15. *Hrushevskogo, 5* (2016) Chomu yaponsi hotovi vykhodyty na pensiyu pislya 70 rokiv? [Why are the Japanese ready to retire after 70 years?] *Hrushevskogo, 5*: Website. Available at: <http://grushevskogo5.com/blog/chomu-yaponsi-gotovi-vikhoditi-na-pensiyu-pislya-70-rokiv> (accessed 22 October 2019).

#### СИСТЕМА ПЕНСИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В УКРАИНЕ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ С УЧЕТОМ ОПЫТА ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН

**Аннотация.** В статье обоснована неэффективность современной пенсионной системы Украины в условиях демографических и политико-экономических проблем страны. Проанализирована динамика численности общего, занятого населения и пенсионеров в Украине, а также дефицита бюджета Пенсионного фонда Украины. Выявлены причины отсутствия работы Накопительного государственного пенсионного фонда как второго уровня отечественной системы пенсионного обеспечения. Проведен сравнительный анализ систем пенсионного обеспечения отдельных постсоветских стран и рассмотрены особенности функционирования систем пенсионного обеспечения экономически развитых стран мира. Авторы сосредоточивают внимание на главной роли накопительных составляющих, как общегосударственных, так и добровольных, пенсионных систем экономически развитых стран. С целью приближения системы пенсионного обеспечения Украины к стандартам пенсионных систем этих стран предлагается в процессе ее реформирования использовать опыт зарубежных стран именно в сфере функционирования накопительных составляющих пенсионной системы.

**Ключевые слова:** система пенсионного обеспечения, общеобязательное пенсионное страхование, пенсионный возраст, негосударственное пенсионное обеспечение, сравнительный анализ.

#### THE PENSION SYSTEM OF UKRAINE: THE STATE AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT TAKING INTO ACCOUNT THE EXPERIENCE OF FOREIGN COUNTRIES

**Summary.** The article is devoted to the problems of becoming an effective pension system of citizens in Ukraine as an important element of the social policy of the state. The article deals with the current state of the pension system of Ukraine in the context of demographic, political and economic problems of the country. In particular, the authors investigate such problems as the tendency for permanent reduction of the general and employed population in the country in comparison with the number of pensioners, the constant deficit of the Pension Fund of Ukraine, the low level of payment of social pensions for the majority of citizens, and the lack of activity of the second level of the pension system - the national pension provision. The article analyzes the activity of participants of the third level of the pension system - non-state pension insurance, namely banks, non-state pension funds and insurance companies providing voluntary pension insurance in Ukraine. Using the method of comparative analysis, the peculiarities of the functioning of the pension systems of some post-Soviet countries, in particular, Ukraine, Belarus, Kazakhstan and Azerbaijan, were investigated. Particular attention is paid to Kazakhstan's pension system, created on the basis of the use of elements of the Chilean pension system. The article deals with the peculiarities of the functioning of the pension systems of certain countries of the world, in particular, the USA, Canada, Japan and Chile taking into account their basic elements. The authors include the retirement age for men and women, the duration of the introduction of the three-tier pension system, the size of the average social pension payment in the country, and the development of the cumulative component of each country's pension system. The article determines the practical significance of the obtained results and possible vectors for their application in the process of reforming the pension system in Ukraine draws conclusions and outlines directions for further scientific research to improve the functioning of the national pension system, taking into account the experience of foreign countries.

**Key words:** pension system, compulsory pension insurance, retirement age, non-state pension, comparative analysis.

УДК 339.13: 339.5.053: 631.12  
DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-28-41>

**Навроцький Я. Ф.**  
кандидат економічних наук,  
старший викладач кафедри фінансів  
Національного університету біоресурсів і природокористування України

**Navrotsky Yaroslav**  
Ph.D., Senior Lecturer in the Department of Finance  
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

## ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЮ ТЕХНІКОЮ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ

**Анотація.** У роботі проведено глибокий аналіз конкурентного середовища банківських установ сьогодення. Розглянуто анотація. На підставі порівняльного аналізу забезпеченості в різних країнах аграрних підприємств тракторами та комбайнами зроблено висновок, що забезпеченість в Україні сільськогосподарських підприємств технікою для рослинництва досить висока і достатня для стабільного виробництва рослинницької продукції. У роботі здійснено аналіз експорту та імпорту сільськогосподарської техніки для рослинництва. Аналіз виробництва тракторів та їх експорту вказує на втрату підприємствами сільськогосподарського машинобудування не лише експортного, а й виробничого потенціалу. Окреслено шляхи подолання залежності аграрного виробництва від імпортової сільськогосподарської техніки. Відзначено роль діючої державної програми фінансування часткової компенсації вартості вітчизняної сільськогосподарської техніки. Підкреслено, що лише за комплексного підходу держави до проблем виробництва вітчизняної техніки стане можливим відновлення виробничого та експортного потенціалу машинобудівними підприємствами.

**Ключові слова:** експорт, імпорт, залежність від імпорту, трактор, зернозбиральний комбайн, потужність.

**Вступ та постановка проблеми.** Ще в кінці 80-х років Україна, маючи потужний машинобудівний комплекс, могла забезпечувати сільськогосподарське виробництво сучасною на той час посівною, ґрунтообробною, кормо- і бурякозбиральною технікою та тракторами на території всього колишнього Радянського Союзу. Крім того, вітчизняна техніка користувалася значним попитом за межами країни. На жаль, сьогодні аграрний машинобудівний підкомплекс знаходиться у кризовому стані та не спроможний повною мірою забезпечити навіть вітчизняне сільськогосподарське виробництво сучасною економічною, потужною та високотехнологічною технікою.

Отже, постають питання: розвивати та модернізувати в Україні виробництво сільськогосподарської техніки, що задовольнятиме сучасні вимоги виробників аграрної продукції, чи дозволити наповнення вітчизняного ринку техніки за рахунок іноземних якісних зразків, у тому числі вживаних? чи повинна держава брати участь у цьому процесі, фінансуючи програми розвитку сільськогосподарського машинобудування, чи залишити цю галузь самотужки долати виклики, що постали перед нею на сучасному етапі розвитку економіки?

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання, що стосуються розвитку машинобудування для агропромислового комплексу, в різні часи вивчали вітчизняні вчені В.В. Адамчук [1], Я.К. Білоусько [2], В.М. Довбня [3], Н.Б. Кирич [4], Г.В. Климик [5], В.І. Кравчук [6], О.Г. Кривоконь [7], В.М. Петров [8], Н.В. Тарасова [9], Н.В. Шандрова [10] тощо. Разом із тим недостатньо дослідженим залишається питання впливу держави на розвиток та модернізацію машинобудівних підприємств.

**Метою** цієї роботи є аналіз виробництва, експорту та імпорту сільськогосподарської техніки в динаміці; визначення рівня залежності аграрного виробництва від імпорту техніки та наслідків такої залежності; окреслення шляхів збільшення частки вітчизняної техніки на ринку та росту експортного потенціалу виробництва машинобу-

дівної продукції для сільського господарства; визначення місця держави в сприянні розвитку вітчизняного сільськогосподарського машинобудування.

### Результати дослідження.

Сучасне сільське господарство неможливе без сучасних та ефективних засобів механізації. Відхід від планової економіки та створення ринкових умов господарювання в Україні викликали певні загрози для аграріїв. Існуючий диспаритет цін на промислову продукцію та продукцію сільського господарства не давав змоги сільськогосподарським підприємствам повною мірою здійснювати оновлення машино-тракторного парку відповідно до розвитку нових інноваційних технологій, збільшуючи витрати на обробіток та посів, а також утрати під час збирання, транспортування та зберігання врожаю.

Аналізуючи дані, наведені в табл. 1, можемо спостерігати значне зниження показників забезпеченості тракторами та зернозбиральними комбайнами сільськогосподарських підприємств. Але вже з 2010 р. з невеликими відхиленнями стабілізувалася потужність двигунів тракторів у межах від 11 826 тис кВт у 2014 р. до 12 615 тис кВт у 2016 р. Слід відзначити, що за поступового зменшення тракторів (невеликі коливання зменшення та збільшення з 2014 р.) за цей же період постійно збільшується середня потужність одного трактора – з 63,2 кВт у 1991 р. до 97,3 кВт у 2017 р. У розрахунку на 1 тис га ріллі з невеликими коливаннями (6,7–7,8) кількість тракторів усе ж таки зменшується. Тобто стосовно парку тракторів сільськогосподарських підприємств можна зробити висновок, що він постійно оновлюється за рахунок більш потужних тракторів та продуктивність їх зростає.

Стосовно зернозбиральних комбайнів спостерігається така ситуація: загальна кількість комбайнів залишається майже незмінною, кількість комбайнів, яка припадає на 1 тис га посівної площі зернових (без кукурудзи) – 3–3,9 одиниць. Протягом 2016–2017 рр. цей показник у загальному – 3,8 шт.

Таблиця 1

Нааявність та потужність самохідної сільськогосподарської техніки в аграрних підприємствах

Показники	Роки								2017 у відсотках до 1991
	1991	2000	2010	2013	2014	2015	2016	2017	
Трактори, тис шт.	497,3	318,9	151,3	146	130,8	127,9	132,7	129,3	26,0
у розрахунку на 1000 га ріллі, шт.	14	11	7,8	7,6	7	6,8	7,1	6,7	47,9
Потужність двигунів тракторів, млн кВт	31,4	20,6	12,5	12,9	11,8	12,0	12,6	12,6	40,0
Середня потужність двигуна трактора, кВт	63,2	64,7	83	88,4	90,4	94,1	95,1	97,3	154,0
Зернозбиральні комбайни, тис шт.	105,2	65,2	32,8	30	27,2	26,7	27,4	26,8	25,5
у розрахунку на 1000 га посівної площі зернових (без кукурудзи), шт.	8	5,9	3,6	3,7	3,9	3,5	3,8	3,8	47,5

Джерело: розраховано за даними Держстату України

Порівняно з більшістю європейських країн, США та Канади забезпеченість виробництва виглядає зовсім по-іншому. Найвища забезпеченість технікою – у Німеччині (рис. 1) через велику кількість фермерських господарств малого розміру, які забезпечені необхідною технікою. Подібна ситуація спостерігається й у інших країнах Європи. Приміром, у Польщі 91% усіх фермерських господарств – це малі ферми до 20 га, що займають 61% загальної площі земель сільськогосподарського призначення [11].

У США та Канаді середній розмір фермерських господарств дещо більший, тому і кількість техніки на 1 тис га ріллі та посівних площ порівняно нижча, ніж в європейських країнах.

Що стосується Білорусі, Казахстану, Росії та України, то ситуація відрізняється кардинально. У Білорусі переважають середні та великі господарства, а в інших згаданих країнах ще й розвинуті великі аграрні холдинги, які використовують значно менше техніки на одиницю площі, але вона значно потужніша і продуктивніша, що зумовлено саме розміром оброблюваних земель.

Тобто, на нашу думку, порівнювати забезпеченість сільськогосподарською технікою в Україні із забезпеченістю в країнах Європи, США та Канаді некоректно, оскільки відрізняється основний показник – середня площа на одне господарство. Необхідно здійснювати

порівняння країн з однаковою системою організації виробництва: на великі обсяги площі використовується більш потужна та широкозахватна техніка, яка може обробляти більші площі за короткий проміжок часу.

У даному разі забезпеченість техніки в Україні знаходиться між забезпеченістю в Білорусі та Казахстані – 6,7 трактори на 1 тис га ріллі і 3,8 комбайна на 1 тис га посівної площі (без кукурудзи).

Оскільки якісні та вчасні обробіток ґрунту, догляд за посівами та збирання врожаю є запорукою високої врожайності, то необхідно здійснити аналіз експорту Україною сільськогосподарської продукції, наприклад пшениці (табл. 2).

Отже, щорічне зростання експорту пшениці свідчить про високу врожайність та достатні валові збори для того, щоб можна було її експортувати в значних обсягах.

Ураховуючи вищевказані дані, можна зробити висновок, що забезпеченість в Україні аграрних підприємств технікою для рослинництва досить висока і достатня для стабільного виробництва рослинницької продукції. Але виникають питання: техніку якого виробника застосовують аграрії – вітчизняного чи іноземного? чи в змозі вітчизняні сільськогосподарські товаровиробники забезпечити сучасною потужною, високотехнологічною, екологічною технікою аграрний сектор економіки?

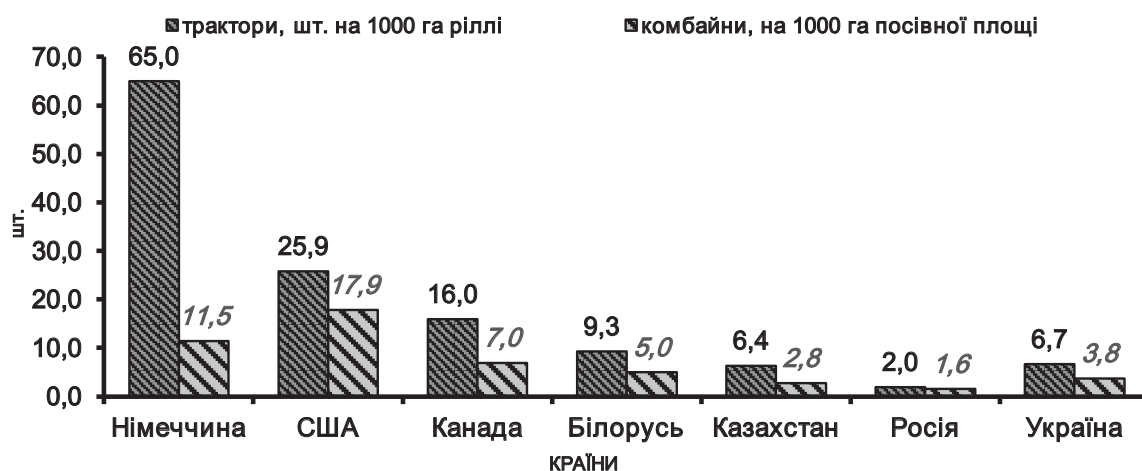


Рис. 1. Забезпеченість деяких країн тракторами та зернозбиральними комбайнами на 1 тис га ріллі та посівної площі  
Джерело: [12, с. 39] та розраховано за даними Держстату України

Таблиця 2

Експорт Україною пшениці в 2013–2017 рр.

	Роки				
	2013	2014	2015	2016	2017
Експорт, млн т	7,96	10,54	13,45	17,92	17,31

Джерело: розраховано за даними Держстату України



На момент оголошення незалежності України країні не вистачало лише власного виробництва зернозбиральних комбайнів, проте й цей недолік було швидко подолано. У 1995 р. у Херсоні було розпочато випуск нової моделі «Славутич», створеної конструкторами з КБ «Південне». Хоча машина досить недосконала, але свого часу займала свою нішу на ринку сільськогосподарської техніки.

На жаль, усе це складне й досконале господарство не витримало випробування кризою 1990-х і початку 2000-х років. Якщо в Росії та Білорусі влада зважилася на протекціоністські заходи з метою підтримки національних виробників, то український ринок був цілком відданий імпорту. А вітчизняна продукція в умовах розвалу 1990-х років виявилася неконкурентоспроможною порівняно з навіть б/в технікою провідних світових брендів – John Deere, Case, Claas, New Holland [13].

Активна модернізація виробничої бази дала змогу в 2015 р. таким підприємствам, як ТОВ «Лозівські машини» та ПАТ «Галещина машзавод» (техніка для обробітку ґрунту), ТОВ «Велес Агро» (виробництво ґрунтообробної та посівної техніки), ПАТ «Гідросила» (гідролічні системи), ТОВ «Техна» (обладнання для птахівництва) та ін., представити широкому колу європейських країн свої нові розробки.

Загалом сьогодні в галузі сільгоспмашинобудування функціонують понад 140 машинобудівних підприємств. Це вказує на потужний потенціал вітчизняних виробників сільськогосподарської техніки, яким лише бракує інвестиційного поштовху.

На жаль, ситуація на ринку с.-г. техніки України залишається досить невтішною. Аналіз експорту та імпорту техніки для рослинництва (рис. 2) вказує на критичний стан щодо імпорту в країну. Найвищий рівень імпорту відзначено в 2008 р. – 1 млрд. 342 млн. дол. США (стабільний розвиток економіки, доступні дешеві позичкові кошти) та в 2017 р. – 1 млрд. 337 млн. дол. США (певна стабілізація економіки після втрати територій та військових дій на сході країни).

Але в 2000–2005 рр. імпорт сільськогосподарської техніки у цілому був зовсім незначний, хоча й постійно зростає. Так, у 2000 р. він становив лише 141,8 млн. дол. США, у 2003 р. – 365,2 млн. дол. США, а в 2005 р. – 597,6 млн. дол. США [7, с. 5].

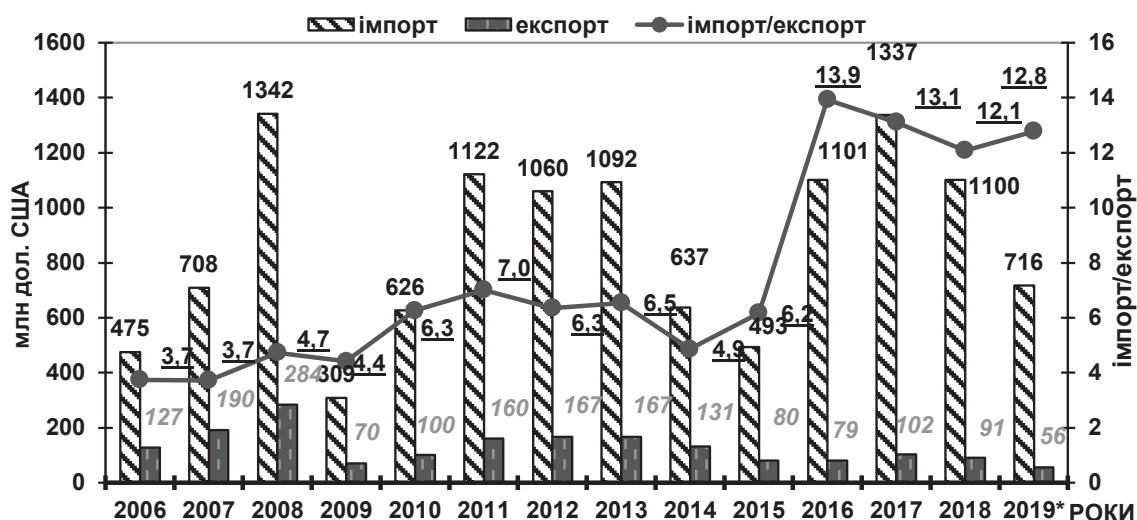
Але у ситуації, що склалася, найгіршим є ріст співвідношення між імпортом та експортом. Якщо в 2006 р. це співвідношення було 1:3,7, що вже є досить великим негативом для економіки країни, то в 2011 р. він досяг співвідношення 1:7, а в 2016 р. досяг найвищого рівня – 1:13,9 і з того часу не опускається нижче 1:12,1. Негативне ж сальдо сприяє значному відтоку валюти з країни, втраті позицій продукції вітчизняних машинобудівників на іноземних ринках, міграції кваліфікованої робочої сили за кордон та підризу економіки у цілому через виникнення критичної імпортозалежності.

Аналізуючи стан виробництва, експорту та імпорту тракторів (рис. 3), ми можемо спостерігати негативну тенденцію до зменшення виробництва вітчизняних тракторів. Так, у 2008 р. їх виробництво досягло максимального значення – 6,34 тис. штук, водночас експорт також був найбільший – 3,24 тис. шт.

У 2018 р. виробництво тракторів становило лише 2,4 тис. шт., а експорт упав до найнижчого рівня – 270 шт. Імпорт тракторів у 2016 р. досяг найвищого показника у 11,83 тис. од., що свідчить про критичну залежність від імпорту аграрного виробництва й абсолютну неспроможність на даний момент задовольнити потреби вітчизняних сільськогосподарських товаровиробників. Окрім того, вітчизняні виробники тракторів майже повністю втратили експортний потенціал, оскільки різко скоротився експорт тракторів у країни СНД, особливо до Росії, а на європейському та північноамериканському ринках українська продукція неконкурентоспроможна. Під час аналізу імпорту тракторів не враховано дані по Китаю, оскільки його продукція використовується здебільшого домогосподарствами, а наше дослідження ґрунтується на даних лише сільськогосподарських підприємств. У набагато гіршій ситуації знаходиться виробництво зернозбиральних комбайнів.

На жаль, Україна не має культури виробництва власних самохідних комбайнів, і фінансування розробок та досліджень у цьому напрямі не призвело до позитивних результатів. Спроби запускати у виробництво ліцензійні машини не мають успішного завершення, передусім через невиважену політику держави та відсутність контролю над використанням бюджетних коштів.

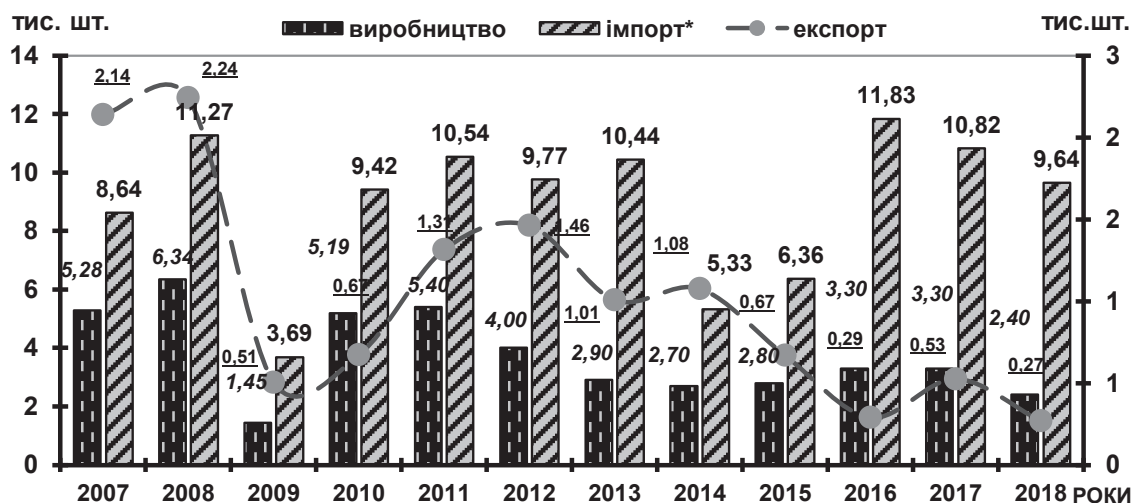
Аналіз динаміки виробництва, експорту та імпорту зернозбиральних комбайнів (рис. 4) вказує на абсолютну залежність вітчизняних аграріїв від їх імпорту.



\*Січень-серпень 2019 р.

Рис. 2. Експорт-імпорт с.-г. техніки для рослинництва, 2006–2019 рр.

Джерело: розраховано за даними Держстату України



\*Без Китаю.

Рис. 3. Динаміка виробництва та експорту-імпорту тракторів, 2007–2018 рр.

Джерело: розраховано за даними Держстату України

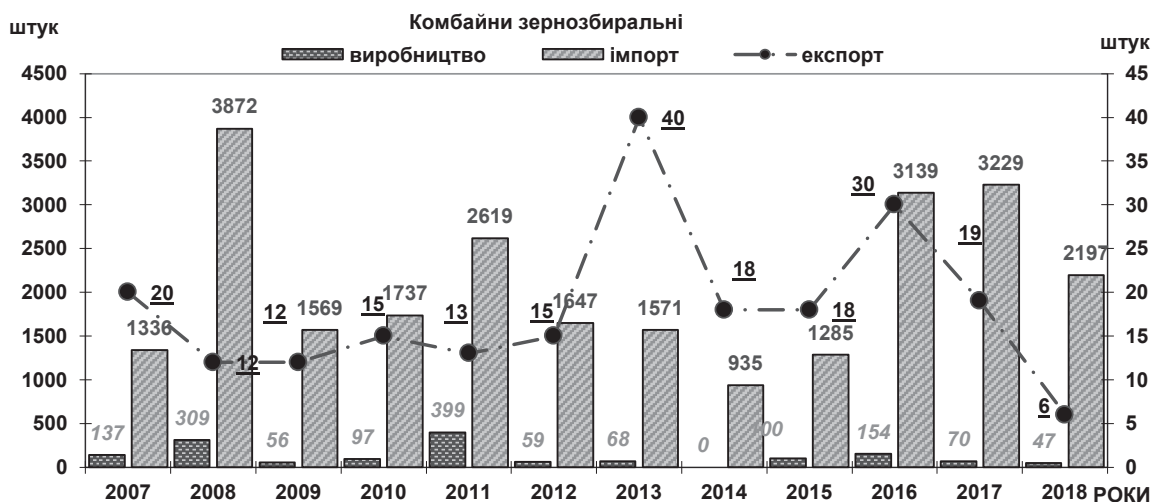


Рис. 4. Динаміка виробництва та експорту-імпорту комбайнів зернозбиральних, 2007–2018 рр.

Джерело: розраховано за даними Держстату України

Максимальне їх виробництво припадає на передкризовий 2008 р. та післякризовий 2011 р. – лише 309 та 399 одиниць відповідно. При цьому експорт комбайнів зовсім незначний і досяг максимуму в 2013 р. – лише 40 шт. за виробництва лише 68 од. Щодо імпорту цієї техніки, то він досяг максимальних значень у тому ж передкризовому році (3872 шт.) та в 2017 р. (3229 шт.). При цьому сьогодні вітчизняні сільськогосподарські товаровиробники перевагу надають комбайнам провідних західноєвропейських виробників та виробників США, залишаючи майже незатребуваними комбайни виробництва країн СНД, свого часу досить популярних, таких як білоруський «Полісся» та російський Агрос.

**Висновки.** Підводячи підсумки дослідження, можна зробити висновок, що аграрні підприємства цілком забезпечені рослинницькою сільськогосподарською технікою, яка дає змогу вчасно й якісно збирати врожай.

Стосовно позбавлення від імпортозалежності сільськогосподарського виробництва, то без активного втручання держави це практично неможливо.

Передусім держава повинна створити сприятливий інвестиційний клімат для організації на території України

виробництва інноваційної, потужної та високопродуктивної техніки провідних іноземних виробників. Так, наприклад, Росія, яка мала гірші стартові позиції щодо виробництва тракторів, на 2017 р. виготовляє 7063 сільськогосподарських трактори, у тому числі 7968 тракторів іноземних марок, таких як John Deere, New Holland, Claas, Deutz Fahr, Versatile, MTЗ і навіть українські ХТЗ у Белгороді [14].

Залучивши іноземних інвесторів для будівництва нових заводів та організації спільних підприємств на базі вже існуючих у країні виробництв через створення сприятливого інвестиційного клімату, Україна отримає низку безумовних переваг: 1) запобігання вивозу валюти з країни, що сприятиме стабілізації економіки у цілому та гривні зокрема; 2) зупинення відтоку кваліфікованої робочої сили та повернення тих працівників, які вже виїхали за кордон; 3) збільшення робочих місць та відкриття суміжних виробництв; 4) значне поповнення бюджету України; 5) вихід вітчизняної сільгосптехніки на ринки провідних держав; 6) розвиток соціальної сфери на місцевому рівні.

Сьогодні для підтримки вітчизняного сільськогосподарського машинобудування та активізації придбання

української техніки необхідно продовжити програму часткової компенсації вартості вітчизняної с.-г. техніки та вдосконалювати механізм її функціонування шляхом: а) спрощення умов отримання; б) розширення критеріїв участі у програмі; в) зменшення рівня локалізації техніки; г) зрівняння 40% компенсації для всіх категорій підприємств; д) спрямування частини прибутку машинобудівельних підприємств, задіяних у програмі на розвиток інноваційних технологій, для підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняної техніки та обладнання;

е) допуск до участі в програмі (в майбутньому) нерезидентів, що здійснюють виробництво с.-г. техніки на території України.

Лише за комплексного підходу держави до проблем виробництва вітчизняної техніки, збільшення фінансування на впровадження інноваційних технологій у машинобудуванні та заохочення аграрних підприємств купувати вітчизняну техніку виробники сільськогосподарських машин зможуть виготовляти сучасну, конкурентну, якісну, економічну та зручну техніку.

#### Список використаних джерел:

1. Адамчук В.В., Гуков Я.С., Грицишин М.І. Проблеми і перспективи вітчизняного сільськогосподарського машинобудування: наукове видання *Вісник аграрної науки*. 2010. № 10. С. 42–45.
2. Білоусько Я.К. Тенденції розвитку вітчизняного сільськогосподарського машинобудування. *Економіка АПК*. 2010. № 7. С. 84–90.
3. Тарасова Н.В., Довбня В.М. Проблеми розвитку вітчизняного сільськогосподарського машинобудування *Обладнання та техніка для села: ринок, пропозиція, практика використання*. 2007. № 6. С. 21–28.
4. Кирич Н.Б., Луциків І.В. Сучасний стан та перспективи розвитку галузі сільськогосподарського машинобудування України. *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2012. № 4. С. 63–67.
5. Климик Г.В. Основні тенденції розвитку сільськогосподарського машинобудування України в контексті зовнішньоекономічної діяльності *Сучасні питання економіки і права*. 2014. Вип. 1. С. 83–87.
6. Кравчук В.І., Павлишин М.М., Гусар В.Г. Особливості системного підходу до управління вітчизняним ринком сільгосптехніки з урахуванням вимог СОТ. *Збірник наукових праць УкрНДІПВТ ім. Л. Погорілого*. 2009. Вип. 13(27). Кн. 1. С. 59–65.
7. Кривоконь, О.Г., Малакей М.А. Стан тракторобудування в Україні: проблемні питання подальшого розвитку галузі та шляхи їх регулювання *Вісник НТУ «ХПІ». Автомобіле- та тракторобудування* 2010. № 1. С. 3-7.
8. Петров В.М. Відродження тракторного і сільськогосподарського машинобудування в Україні *Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки»*. 2017. № 1. С. 278–289.
9. Тарасова Н.В., Калініченко І.С., Романенко В.А. Машинобудування в Україні: тенденції, проблеми, перспективи : монографія. Ніжин : Аспект-Поліграф, 2007. 307 с.
10. Шандрова Н.В. Розробка механізму управління стійким розвитком підприємств машинобудування *Актуальні проблеми економіки*. 2007. № 2(68). С. 101–105.
11. Маркитаненко С. Ефективні фермери чи неефективні агрохолдинги? *Latifundist.com* URL : <https://latifundist.com/193-efektivn-fermeri-chi-neeftivni-agroholdingi> (дата звернення: 06.11.2019).
12. Бутов А.М. Рынок сельскохозяйственных машин. 2017 год. *Национальный исследовательский университет. Высшая школа экономики, Центр развития*, 2017. URL : <https://dcenter.hse.ru/data/2018/02/03/1163430452/%D0%A0%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA%20%D1%81%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D1%81%D0%BA%D0%BE%D1%85%D0%BE%D0%B7%D1%8F%D0%B9%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D1%85%20%D0%BC%D0%B0%D1%88%D0%B8%D0%BD%202017.pdf> (дата звернення: 12.11.2019).
13. Украина: производители сельхозтехники – на грани выживания. *Машиностроение Украины*. URL : <http://ukrmach.dp.ua/2015/01/02/ukraina-proizvoditeli-selxoztexniki-na-grani-vyzhivaniya.html> (дата звернення: 08.11.2019).
14. Кислая. Краткий обзор сельхозмашиностроения 2017 г. Россия и СНГ. *Aftershock.news*. URL : <https://aftershock.news/?q=node/655844&full> (дата звернення: 18.11.2019).

#### References:

1. Adamchuk V.V., Ghukov Ja.S., Ghrycshyn M.I. (2010) Problemy i perspektyvy vitchyznjanogho siljskoghospodarskogho mashynobuduvannja: naukove vydannja [Problems and prospects of domestic agricultural engineering: scientific edition] *Bulletin of agrarian science: scientific and theoretical journal of the Ukrainian Academy of Agrarian Sciences*, No. 10, pp. 42–45.
2. Bilousjko Ja.K. (2010) Tendenciji rozvytku vitchyznjanogho siljskoghospodarskogho mashynobuduvannja [Trends in the development of domestic agricultural machinery]. *APK economy*, no. 7, pp. 84–90.
3. Tarasova N.V., Dovbnja V.M. (2007) Problemy rozvytku vitchyznjanogho siljskoghospodarskogho mashynobuduvannja [Problems of development of domestic agricultural engineering]. *Village equipment and equipment: market, offer, practice of use*, no. 6, pp. 21–28.
4. Kyrych N.B., Lucykiv I.V. (2012) Suchasnyj stan ta perspektyvy rozvytku ghaluzi siljskoghospodarskogho mashynobuduvannja Ukrainy. [Current state and prospects of development of agricultural machinery industry in Ukraine]. *Scientific Bulletin of Volyn National University named after Lesya Ukrainka*, no. 4, pp. 63–67.
5. Klymyk Gh.V. (2014) Osnovni tendenciji rozvytku siljskoghospodarskogho mashynobuduvannja Ukrainy v konteksti zovnishnjoekonomichnoji dijalnosti [The main tendencies of development of agricultural machine-building of Ukraine in the context of foreign economic activity]. *Modern issues of economy and law*, vol. 1, pp. 83–87.
6. Kravchuk V.I., Pavlyshyn M.M., Ghusar V.Gh. (2009) Osoblyvosti systemnogho pidkholdu do upravlinnja vitchyznjanym rynkom siljghospstekhniki z vrakhuvannjam vymogh SOT [Features of system approach to management of the domestic market of agricultural machinery taking into account requirements of the WTO.] *Collection of scientific papers UkrNIPIT named after L. Pogorely*, vol. 13(27), bk. 1. pp. 59–65.
7. Kryvokonj, O.Gh., Malakej M.A. (2010) Stan traktorobuduvannja v Ukraini: problemni pytannja podalshogho rozvytku ghaluzi ta shljakhy jikh rehuljuvannja [Condition of tractor construction in Ukraine. problems of further development of the industry and ways of their regulation]. *Collection of scientific works "Bulletin of NTU" KHPI "*: *Automobile and tractorbuilding*, no. 1, pp. 3-7.
8. Petrov V.M. (2017) Vidrodzhennja traktornogho i siljskoghospodarskogho mashynobuduvannja v Ukraini [Revival of tractor and agricultural engineering in Ukraine] *Bulletin of KHNAU. Series: Economic Sciences*, no. 1, pp. 278–289.

9. Tarasova N.V., Kalinichenko I.S., Romanenko V.A. (2007) Mashynobuduvannja v Ukraini: tendenciji, problemy, perspektyvy: monohr. [Mechanical engineering in Ukraine: trends, problems, prospects: Monogr.]. Nizhyn: Aspect-Polygraph. (in Ukraine).
10. Shandrova N.V. (2007) Rozrobka mekhanizmu upravlinnja stijkym rozvytkom pidprijemstv mashynobuduvannja [Development of the mechanism of management of sustainable development of machine-building enterprises] *Actual problems of economy*, no. 2(68), pp. 101–105.
11. Markitanenko S. (2018) Efektyvni fermery chy neefektyvni aghrokholdyngy? [Efficient farmers or inefficient agricultural holdings?]. *Latifundist.com* (Website). Available at: <https://latifundist.com/193-efektivn-fermeri-chi-neefektivn-agroholdingi> (accessed 6 November 2019).
12. Butov A.M. (2017) Rynok sel'skokhozyaystvennykh mashin 2017 god. [Marketplace agricultural machines. 2017] *Natsional'nyy issledovatel'skiy universitet. Vysshaya shkola ekonomiki, Tsentr razvitiya* [National Research University. Higher School of Economics, Development Center] Available at: <https://dcenter.hse.ru/data/2018/02/03/1163430452/%D0%A0%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA%20%D1%81%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D1%81%D0%BA%D0%BE%D1%85%D0%BE%D0%B7%D1%8F%D0%B9%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D1%85%20%D0%BC%D0%B0%D1%88%D0%B8%D0%BD%202017.pdf> (accessed 12 November 2019).
13. Ukraina: proizvoditeli sel'khoztekhniki – na grani vyzhivaniya (2015) [Ukraine: agricultural machinery manufacturers are on the brink of survival]. *Mashinostroenie Ukrainy* [Engineering of Ukraine] Available at: <http://ukrmach.dp.ua/2015/01/02/ukraina-proizvoditeli-selkhoztekhniki-na-grani-vyzhivaniya.html> (accessed 8 November 2019).
14. Kislaja (2018) Kratkiy obzor sel'khoz mashinostroeniya 2017 g. Rossiya i SNG [Brief overview of agricultural machinery 2017 Russia and CIS] *Aftershock.news* Available at: <https://aftershock.news/?q=node/655844&full> (accessed 18 November 2019).

### ОБЕСПЕЧЕНИЕ АГРАРНОГО ПРОИЗВОДСТВА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ТЕХНИКОЙ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВА

**Аннотация.** На основании сравнительного анализа обеспеченности в разных странах аграрных предприятий тракторами и комбайнами сделан вывод, что обеспеченность в Украине сельскохозяйственных предприятий техникой для растениеводства достаточно высока и достаточна для стабильного производства растениеводческой продукции. В работе проведен анализ экспорта и импорта сельскохозяйственной техники для растениеводства. Анализ производства тракторов и их экспорта указывает на потерю предприятиями сельскохозяйственного машиностроения не только экспортного, но и производственного потенциала. Обозначены пути преодоления зависимости аграрного производства от импортной сельскохозяйственной техники. Отмечено значение действующей государственной программы финансирования частичной компенсации стоимости отечественной сельскохозяйственной техники. Подчеркнуто, что только при комплексном подходе государства к проблемам производства отечественной техники станет возможным восстановление производственного и экспортного потенциала машиностроительными предприятиями.

**Ключевые слова:** экспорт, импорт, зависимость от импорта, трактор, зерноуборочный комбайн, мощность.

### PROVISION OF AGRICULTURAL PRODUCTION OF AGRICULTURAL EQUIPMENT: THE MODERN STATE AND THE PERSPECTIVE

**Summary** Based on a comparative analysis of the availability of tractors and combines per 1,000 hectares of agricultural land in different countries of agricultural enterprises, as well as an analysis of the growth of wheat exports from Ukraine, it is concluded that the availability of agricultural machinery in Ukraine for plant production is high enough and sufficient for stable production of crop production. This paper analyzes the export of agricultural machinery imports for crop production. A negative balance of export-import operations of these products has been established, which leads to a significant outflow of foreign currency from the country, loss of positions of products of domestic machine-builders in foreign markets, migration of skilled labor abroad and undermining the economy as a whole. Analysis of the production of tractors and their exports indicates the loss of agricultural machinery not only export, but also production capacity. The author outlines ways to overcome the dependence of agricultural production on imported agricultural machinery. The article emphasizes that, first of all, the state should create a favorable investment climate for the organization of innovative, powerful and high-performance equipment of leading foreign manufacturers in the territory of Ukraine. The importance of the current state program of financing partial compensation of the cost of domestic agricultural machinery, which is, at present, the main instrument of support for the enterprises of domestic agricultural machinery and the activation of the purchase of Ukrainian machinery, is noted. The necessity of continuation of the program and improvement of the mechanism of its functioning was emphasized. The author emphasizes that only with a comprehensive approach of the state to the problems of production of domestic machinery, increasing funding for the introduction of innovative technologies in mechanical engineering and encouraging agrarian enterprises to buy domestic machinery agricultural machinery manufacturers will be able to produce modern, competitive, high-quality, economical and convenient

**Key words:** export, import, import dependency, tractor, combine harvester, power.

Педан М. Л.

*аспірантка кафедри міжнародних економічних відносин  
Хмельницького національного університету*

Pedan Marina

*Phd Student in the Department of International Economic Relations  
Khmelnytsky National University*

## ОСОБЛИВОСТІ ПОБУДОВИ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

**Анотація.** Визначено роль стратегічного маркетингу у підвищенні результативності зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств. Обґрунтовано потребу державного впливу на базові елементи зовнішньоекономічної політики. Визначено чинники, які необхідно брати до уваги під час вибору стратегії розширення зовнішніх ринків збуту продукції вітчизняних підприємств. Досліджено етапи формування та реалізації стратегії зовнішньоекономічної діяльності господарюючого суб'єкта, яка є складником базової стратегії розвитку. Окреслено заходи просування продукції промислових підприємств до споживачів на зовнішніх ринках та напрями протидії загрозам функціонування підприємства у зовнішньому бізнес-оточенні. Досліджено складники системи стратегічного маркетингу зовнішньоекономічної діяльності підприємства із визначеними взаємозв'язками.

**Ключові слова:** стратегічний маркетинг, зовнішньоекономічна діяльність, стратегія, чинники впливу, промислові підприємства.

**Вступ та постановка проблеми.** Умовою сталого розвитку промислових підприємств є зовнішньоекономічна діяльність, яка характеризує конкурентні переваги на зовнішніх ринках збуту продукції, визначає рівень якості продукції, сприяє розвитку експортного потенціалу, активізації інвестиційно-інноваційних процесів, що, безумовно, впливає на стан економіки країни. Під впливом інтеграційних процесів зовнішньоекономічна діяльність промислових підприємств характеризується новими формами, що викликає потребу використання управлінським персоналом новітніх підходів до її ведення. Формування та реалізація стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності в контексті розвитку маркетингового складника управління на підприємствах промисловості вимагає від відповідальних фахівців використання нових методичних підходів та підвищення рівня контролю над даними процесами. Побудова системи стратегічного маркетингу зовнішньоекономічної діяльності підприємств дасть змогу відслідковувати зміну споживчих потреб, діяльність підприємств-конкурентів та чинники зовнішнього впливу на всі процеси фінансово-господарської діяльності господарюючого суб'єкта.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретико-методичні основи розвитку стратегічного маркетингу та активізації зовнішньоекономічної діяльності підприємств стали об'єктом дослідження багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців. Серед них варто виокремити наукові праці Т.І. Алексєєвої, І.В. Бабій, О.В. Баули, О.П. Бориценка, С.В. Борох, В.І. Ганіна, О.А. Джусова, Я.С. Ларіної, А.Д. Прокоф'євої, А.О. Фатенок-Ткачук та ін. Виходячи з нинішніх умов функціонування підприємств та стану економіки країни, соціально-економічного становища, необхідності підвищення конкурентоспроможності продукції, ці питання вимагають здійснення подальших досліджень із метою зростання ефективності ведення зовнішньоекономічної діяльності вітчизняними підприємствами.

**Метою** даної роботи є теоретико-методичне дослідження основних аспектів формування системи стратегічного маркетингу для збільшення конкурентних переваг та розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

### Результати дослідження.

Важливим науковим завданням є вдосконалення інструментів стратегічного маркетингу, які можуть бути використані діючими та потенційними суб'єктами міжнародного бізнесу. Поглиблення інтернаціоналізації та глобалізації вимагає від підприємств перегляду й переосмислення існуючих стратегій у сфері міжнародного бізнесу, прийняття рішень з урахуванням новітніх концепцій маркетингу. Насамперед, це орієнтація на довгострокове перебування на міжнародних ринках, яка вимагає стратегічного підходу до маркетингової діяльності. Важливим практичним завданням є сприяння виведенню на ринок вітчизняної продукції з високим ступенем переробки та поглиблення науково-методичних засад стратегічного маркетингу підприємств – суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності з урахуванням галузевих особливостей. Зовнішньоекономічна діяльність основної маси вітчизняних підприємств має тактичний характер і зводиться до здійснення разових або нерегулярних угод. Фахівці констатують низький рівень використання компаніями методів стратегічного маркетингу в міжнародному бізнесі, що не дає змоги повною мірою «розвернутися» і використовувати свій потенціал і конкурентні переваги на зарубіжних ринках [1, с. 184–185].

Сьогодні виникає потреба у цілеспрямованому впливі держави на важливі складники зовнішньоекономічної політики. У цьому контексті основними цілями Стратегії розвитку зовнішньоекономічної політики є: формування економічних та інституційних умов для розвитку національного виробництва у напрямі якнайскорішого підйому імпортозаміщуючих виробництв; посилення позицій національних виробників на внутрішньому ринку і розвиток потенційних можливостей виходу на зовнішні ринки на основі розвитку справедливої конкуренції; створення умов для якнайповнішого використання переваг процесу глобалізації та використання світових ресурсів і ринків для економічного розвитку.

До основних завдань Стратегії розвитку зовнішньоекономічної політики на сучасному етапі слід віднести:

– визначення стратегічних пріоритетів розвитку економіки та стратегічних товарних ринків; запровадити

систему інформаційного забезпечення моніторингу стану зовнішнього середовища та контролю стану характеристик товарних потоків в Україні, аналізу та прогнозу їх змін;

– забезпечення системного підходу до розроблення заходів державного регулювання щодо формування конкурентоспроможності українських ринкових структур до рівня розвинутих зарубіжних країн через поступову трансформацію механізмів державного регулювання ЗЕД, що дає змогу підібрати найбільш дієві й адаптивні інструменти регулювання;

– удосконалення методологічних засад формування ЗЕД підприємств, що спрямовують стратегічне управління на розвиток товарного ринку, на основі комплексної дії механізмів державного регулювання (митно-тарифних, нетарифних, інституційних, технологічних тощо) за принципом «планування за цілями й оцінювання за результатами»;

– консолідувати зусилля усіх рівнів управління у реалізації зовнішньоекономічної політики, систематизувати та закріпити функції, повноваження та відповідальність органів управління щодо досягнення поставленої мети та виконання завдань, координації дій усіх учасників управління;

– визначити ефективність використання переваг від участі України у міжнародній торгівлі за особливими правилами й умовами та провести ґрунтовний аналіз та врахування умов більш ефективного стратегічного партнерства з країнами світу [2, с. 18–19].

Щодо вітчизняних промислових підприємств, то, на жаль, здебільшого на початку ведення зовнішньоекономічної діяльності не часто застосовували методи стратегічного управління, які передбачали б ефективний розвиток бізнесу на зовнішніх міжнародних ринках з акцентуванням уваги на вдосконаленні маркетингового складника системи управління. Перед низкою вітчизняних підприємств, які вже діють на зовнішніх ринках, постала проблема: чи розширювати свою зовнішньоекономічну діяльність, чи, навпаки, скорочувати? Вирішення цього питання залежить від того, які цілі ставило перед собою підприємство на етапі виведення продукції на міжнародні ринки, яку стратегію було вибрано первинною. Матеріальною основою стратегії просування продукції вітчизняних підприємств на зарубіжних ринках є експортний потенціал країни. В Україні виробляється 5% світової мінеральної сировини та продукції її переробки. Розвідані запаси корисних копалин України оцінюються приблизно в 7 трлн. дол. США, однак наявний стан економіки України свідчить про недостатньо ефективно організовані та впроваджені процеси розвитку стратегії зовнішньоекономічної діяльності промислових підприємств [3, с. 24–25].

А.О. Фатенок-Ткачук зазначає, що стратегія розвитку зовнішньоекономічної діяльності повинна вказувати на розв'язання багатьох завдань: фінансових, маркетингових, управлінських тощо, хоча сьогодні поширено виділяють лише одну стратегічну ціль і будують на ній стратегію. Якщо проаналізувати стратегії українських підприємств на зовнішніх ринках (хоча більшість із них не схильна коментувати свої дії як стратегію), можна виділити два типи, які є протилежні за цілями та основними методами реалізації. Їх можна інтерпретувати як «початкове накопичення капіталу» та стратегія «довготривалого перебування». Стратегія накопичення капіталу націлена на отримання максимуму прибутку в короткостроковій перспективі, причому будь-якими шляхами. Інша ж спрямована на стабільне зростання бізнесу у вибраному напрямі [4, с. 306].

Для успішної реалізації поставлених завдань підприємство повинно розробити різні маркетингові стратегії: охоплення ринків і ринкових сегментів; конкурентні; виходу на нові ринки; виходу на ринки з новим това-

ром; цільові; ринкового попиту; товарної політики тощо. Їх зміст багато в чому залежить від загальної стратегії підприємства та особливостей зовнішньоекономічної діяльності. Основою планування виходу підприємства на зовнішні ринки є вибір оптимального способу його проникнення на ці ринки. Підприємство значно підвищить ефективність зовнішньоекономічної діяльності за рахунок організації виходу на іноземні ринки. Однак при цьому необхідно добре знати умови діяльності в певній країні, її закони.

Через проведення дослідження, оцінки й вибору іноземних ринків доцільно розробляти товарну, цінову, збутову та інші види політик, що входять у стратегічну маркетингову програму. Підприємства, розпочинаючи зовнішньоекономічну діяльність, повинні з увагою поставитися до вибору партнерів на світовому ринку. Дуже важливо визначити країну, в яку найбільш вигідно експортувати чи з якої найбільш вигідно імпортувати товар.

Під час зіставлення варіантів виходу на ринок різних країн керівництво підприємства повинно брати до уваги такі чинники: конкурентоспроможність свого товару; політичну й економічну стабільність; витрати виробництва; логістику; державні пільги й стимули; наявність як кваліфікованої, так і відносно дешевої робочої сили; ємність ринку певної країни; наявність торгових обмежень; наявність необхідних постачальників сировини, матеріалів. Крім економічних критеріїв, важливо враховувати й характер торгово-політичних відносин із певною країною. Перевага повинна надаватися тій, з якою налагоджені ділові відносини, підтверджені договірно-правовою основою. Одним із перспективних векторів удосконалення експортної діяльності на підприємстві на майбутнє є розроблення стратегій розвитку виробництва на середньо- та довгострокову перспективу. Ефективне розроблення цих стратегій можливе за умови застосування різних методів аналізу, наприклад SWOT-аналізу [5, с. 165].

Здебільшого на початковому етапі формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності досліджується ринок декількох країн, і, відповідно, за результатами дослідження складають таблицю показників та їхніх характеристик, проставляють бали, а потім підсумовують ці бали (вагові коефіцієнти) за кожною країною окремо, прогнозують його майбутній розвиток, виявляють можливості і загрози, сильні й слабкі сторони, оцінюють конкурентоспроможність та прогнозують її зміни. Ринок, який набрав максимальну кількість балів, вважається найбільш сприятливим. Далі визначають місію, мету зовнішньоекономічної діяльності підприємства та здійснюють стратегічний аналіз, який полягає у порівнянні мети і цілей ЗЕД із результатами аналізу зовнішнього середовища. Наступним етапом є моделювання варіативних сценаріїв розвитку подій (оптимістичний, песимістичний та найбільш вірогідний) із дослідженням впливу кожного на сформульовані альтернативні стратегії ЗЕД. Визначається конкурентоспроможність підприємства у разі реалізації тієї чи іншої стратегії ЗЕД за певним сценарієм. Потім здійснюється вибір найбільш прийнятної стратегії ЗЕД з альтернативних і готується кінцевий варіант стратегічного плану зовнішньоекономічної діяльності підприємства. На базі стратегічного плану розробляються тактичні середньострокові плани ЗЕД та оперативні плани й проекти. На цьому процес стратегічного планування зовнішньоекономічної діяльності завершується і розпочинається процес реалізації стратегічного плану, тобто процес стратегічного управління. Він передбачає не лише організацію реалізації стратегії ЗЕД, а й її практичну оцінку, контроль над виконанням і зворотний зв'язок [6, с. 6–7].

Зростання потенціалу підприємства у сфері зовнішньоекономічної діяльності для вітчизняних виробників промислової продукції має здійснюватися за такими напрямками:

– організація маркетингових заходів, до яких можна віднести проведення ефективної рекламної кампанії та пошук нових каналів збуту;

– проведення технологічних заходів для модернізації існуючих виробів та застосування новітніх технологій із метою створення нового інноваційного продукту.

Зазначених змін можна досягти через: усунення дисбалансу між цінами на внутрішньому ринку та світовими цінами на продукцію; формування умов для мобілізації та раціонального використання інвестиційного та інноваційного потенціалу; вдосконалення механізму мотивації до зниження енерговитрат, сприяння переходу до енергозберігаючих технологій із використанням альтернативних джерел енергопостачання; забезпечення сприятливих організаційно-правових умов функціонування бізнесу [7, с. 22].

Визначення та деталізація складників системи стратегічного управління зовнішньоекономічною діяльністю промислових підприємств сьогодні є досить актуальним та водночас проблематичним питанням. Удосконалення потребують не тільки системи управління більшої підприємств, а й механізми управління зовнішньоекономічною діяльністю в аспекті основоположних складників та маркетингового підрозділу. На практиці управління ЗЕД підприємств спрямоване на вдосконалення управлінських рішень відносно експортно-імпортних операцій. Подєкуди фахівці підприємств недостатньою мірою володіють методичними основами прийняття рішень щодо введення змін у складові елементи управління, які б призвели до розвитку міжнародного партнерства.

Для кожного елемента системи управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства важливим є вибір вірних управлінських рішень у тих чи інших процесах. Для менеджерів відділу розвитку зовнішньоекономічної діяльності, маркетологів управлінські рішення повинні характеризуватися альтернативністю, адаптивністю та спроможністю досягнення поставлених цілей. Для цього необхідним підґрунтям є інформаційне забез-

печення як щодо зовнішніх впливів, так і даних аналізу фінансово-господарської й зовнішньоекономічної діяльності суб'єкта. Результативність стратегічного управління зовнішньоекономічною діяльністю промислових підприємств залежить від упровадженого дієвого механізму управління у сфері розвитку зовнішньоекономічної співпраці. Функціональні елементи механізму стратегічного управління зовнішньоекономічною діяльністю вітчизняних підприємств промисловості мають ґрунтуватися на принципах адаптивності, а ефективність даного механізму залежить від налагодження взаємозв'язків між елементами управління.

Менеджерами підприємства повинно бути забезпечене впорядкування взаємозалежностей між функціональними елементами системи стратегічного маркетингу та складниками загальної системи управління підприємством. Лише за такої умови підприємство здатне пришвидшувати реалізацію поставлених цілей щодо розвитку зовнішньоекономічної діяльності. Усі складники механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю промислового підприємства повинні бути спрямовані на підвищення ефективності управління в розрізі усіх складників господарювання [8, с. 226–227].

**Висновки.** Під час формування системи стратегічного маркетингу зовнішньоекономічної діяльності підприємства необхідно визначити усі чинники як внутрішнього, так і зовнішнього характеру, що впливають на господарчі процеси суб'єкта. Формування та реалізація маркетингової стратегії, розширення зовнішніх ринків збуту передбачають внесення низки структурних змін в організацію управління підприємством, зокрема у функціональне наповнення служби маркетингу, фахівці якої мають налагодити ефективний інформаційний обмін (для подальшого опрацювання зібраних даних та прийняття управлінських рішень) з іншими функціональними підрозділами підприємства. Отже, стратегічний маркетинг у зовнішньоекономічній діяльності спрямований на проведення стратегічного аналізу, визначення стратегічної основоположної мети, сукупності альтернативних маркетингових цілей, планування маркетингової діяльності та оцінювання рівня її ефективності.

#### Список використаних джерел:

1. Ларіна Я.С. Маркетингові стратегії в міжнародному бізнесі: роль, умови та методи вибору. *Економічні інновації*. 2017. Вип. 64. С. 183–189. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecinn\\_2017\\_64\\_31](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecinn_2017_64_31) (дата звернення: 27.10.2019).
2. Борисенко О.П. Стратегія формування та реалізації зовнішньоекономічної політики України. *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу «Києво-Могилянська академія»*. Серія «Державне управління». 2015. Вип. 242. С. 17–21.
3. Джусов О.А., Прокоф'єва А.Д. Стратегічні альтернативи розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств. *Вісник Дніпропетровського університету*. Серія «Менеджмент інновацій». 2014. Вип. 3. С. 24–31.
4. Фатенко-Ткачук А.О. Економічна стратегія як категорія зовнішньоекономічної діяльності. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2007. № 576. С. 304–307.
5. Ганін В.І., Борох С.В. Стратегічні аспекти управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. *Економічний аналіз*. 2018. Т. 28. № 3. С. 162–169.
6. Баула О.В., Сачук А.В. Особливості розробки стратегії та організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства в сучасних глобалізаційних умовах господарювання. *Економічні науки*. Серія «Облік і фінанси». 2013. Вип. 10(2). С. 16–25.
7. Алексєєва Т.І. Розробка організаційно-економічного механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. *Технологический аудит и резервы производства*. 2016. № 2(5). С. 20–23.
8. Бабій І.В. Стратегічне управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств: теорія, методи, практика : монографія. Хмельницький : Поліграфіст-3, 2018. 343 с.

#### References:

1. Larina Ja.S. (2017) Marketynghovi strateghiji v mizhnarodnomu biznesi: rolj, umovy ta metody vyboru [Marketing strategies in international business: role, conditions and methods of choice]. *Ekonomichni innovaciji*, vol. 64, pp. 183–189. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecinn\\_2017\\_64\\_31](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecinn_2017_64_31) (accessed 27 October 2019).
2. Borysenko O.P. (2015) Strateghija formuvannja ta realizaciji zovnishnoekonomichnoji polityky Ukrainy [Strategy of formation and realization of foreign economic policy of Ukraine]. *Naukovi praci Chornomorsjkogho derzhavnogho universytetu imeni Petra Moghyly kompleksu «Kyjevo-Moghyljansjka akademija»*. Serija : *Derzhavne upravlinnja*, vol. 242, pp. 17–21.

3. Dzhusov O.A., Prokof'jeva A.D. (2014) Strategichni al'ternatyvy rozvytku zovnishnjoekonomichnoji dijalnosti pidpryjemstv [Strategic alternatives to the development of foreign economic activity of enterprises]. *Visnyk Dnipropetrovskjogo universytetu. Serija : Menedzhment innovacij*, vol. 3, pp. 24–31.
4. Fatenok-Tkachuk A.O. (2007) Ekonomichna strateghija jak katehoriya zovnishnjoekonomichnoji dijalnosti [Economic strategy as a category of foreign economic activity]. *Visnyk Nacional'nogho universytetu «Lviv'sjka politekhnika»*, no. 576, pp. 304–307.
5. Ghanin V.I., Borokh S.V. (2018) Strategichni aspekty upravlinnja zovnishnjoekonomichnoju dijalnistju pidpryjemstva [Strategic Aspects of Management of Foreign Economic Activity of the Enterprise]. *Ekonomichnyj analiz*, vol. 28, no. 3, pp. 162–169.
6. Baula O.V., Sachuk A.V. (2013) Osoblyvosti rozrobky strateghiji ta orghanizaciji zovnishnjoekonomichnoji dijalnosti pidpryjemstva v suchasnykh globalizacijnykh umovakh ghospodarjuvannja [Features of strategy development and organization of foreign economic activity of the enterprise in modern globalization of economic conditions]. *Ekonomichni nauky. Cerija : Oblik i finansy*, vol. 10(2), pp. 16–25.
7. Aleksjejeva T.I. (2016) Rozrobka orghanizacijno-ekonomichnogho mekhanizmu upravlinnja zovnishnjoekonomichnoju dijalnistju pidpryjemstva [Development of organizational and economic mechanism of management of foreign economic activity of the enterprise]. *Tekhnologhycheskyj audyt y rezervy proyzvodstva*, no. 2(5), pp. 20–23.
8. Babij I.V. (2018) *Strategichne upravlinnja zovnishnjoekonomichnoju dijalnistju pidpryjemstv: teorija, metody, praktyka* [Strategic Management of Foreign Economic Activity of Enterprises: Theory, Methods, Practice: Monograph]. Khmel'nyckyj : TOV «Polighrafist-3». (in Ukrainian).

### ОСОБЕННОСТИ ПОСТРОЕНИЯ СИСТЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИЙ

**Аннотация.** Определена роль стратегического маркетинга в повышении результативности внешнеэкономической деятельности отечественных предприятий. Обоснована потребность государственного воздействия на базовые элементы внешнеэкономической политики. Определены факторы, которые необходимо учитывать при выборе стратегии расширения внешних рынков сбыта продукции отечественных предприятий. Исследованы этапы формирования и реализации стратегии внешнеэкономической деятельности хозяйствующего субъекта, которая является составной частью базовой стратегии развития. Определены меры продвижения продукции промышленных предприятий до потребителей на внешних рынках и направления противодействия угрозам функционирования предприятия во внешнем бизнес-окружении. Исследованы составляющие системы стратегического маркетинга внешнеэкономической деятельности предприятия с определенными взаимосвязями.

**Ключевые слова:** стратегический маркетинг, внешнеэкономическая деятельность, стратегия, факторы влияния, промышленные предприятия.

### FEATURES OF CONSTRUCTION OF STRATEGIC MARKETING SYSTEM OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF ENTERPRISES

**Summary.** The role of strategic marketing in improving the efficiency of foreign economic activity of domestic enterprises has been determined. Today there is a need for purposeful influence of the state on important components of foreign economic policy. The need for state influence on the basic elements of foreign economic policy is substantiated. Under the influence of integration processes, foreign economic activity of industrial enterprises is characterized by new forms, which necessitates the use of innovative approaches to its management by its management. The factors that should be taken into account when choosing a strategy for expanding foreign markets for domestic products are determined. Formation and implementation of the strategy of development of foreign economic activity, in the context of development of the marketing component of management, at the enterprises of the industry requires from responsible specialists to use new methodological approaches and increase the level of control over these processes. Given the current conditions of functioning of enterprises and the state of the economy of the country, socio-economic situation, the need to improve the competitiveness of products, these issues require further research in order to increase the efficiency of conducting foreign economic activity by domestic enterprises. The stages of formation and implementation of the strategy of foreign economic activity of the economic entity, which is part of the basic development strategy, are investigated. The measures of promotion of production of industrial enterprises to consumers in foreign markets and directions of counteraction to threats of functioning of the enterprise in the external business environment are outlined. The formation and implementation of a marketing strategy for expanding external markets involves a number of structural changes in the organization of enterprise management, in particular, in the functional filling of the marketing service, whose specialists should establish effective information exchange with other functional units of the enterprise. The components of strategic marketing system of foreign economic activity of an enterprise with defined interrelations are investigated.

**Key words:** strategic marketing, foreign economic activity, strategy, factors of influence, industrial enterprises.



Петровська О. М.

кандидат політичних наук,

доцент кафедри управління персоналом та економіки праці  
Одеського національного економічного університету

Недолужко С. С.

студентка

Одеського національного економічного університету

Petrovska Oksana

Candidate of Political Sciences

Associate Professor Department of Personnel Management and Economics  
Odessa National Economic University

Nedoluzhko Snizhana

Student

Departments of Personnel Management and Economics

Odessa National Economic University

## РІВЕНЬ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ В УКРАЇНІ ЯК РУШІЙНИЙ ЧИННИК ЗРОСТАННЯ МІГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

**Анотація.** У процесі глобалізації виробництва, взаємозалежності економік, розвитку міжнародного ринку праці посилюється трудова міграція. Під трудовою міграцією розуміють перетин особою кордону для працевлаштування. Однією з головних умов сталого розвитку національної економіки України в сучасних умовах є розвиток національного ринку праці, який безпосередньо здійснює динамічний вплив на трудову міграцію. У статті розглянуто основні причини трудових міграційних процесів в Україні. Проведено аналіз рівня якості життя в інших країнах та заробітної плати як основних рушійних чинників зміни місця проживання для українців. Визначено, що серед країн-сусідів Польща має найкращий життєвий рівень, хоча поступається оплатою праці іншим державам. Незважаючи на це, у 2018 р. до Польщі виїхало 1,2 млн українців. У статті розглянуто кількість вакансій та резюме для роботи за кордоном. Варто відзначити, що поява роботи має сезонний характер, найбільше потребується додаткової робочої сили навесні та влітку для роботи в сільському господарстві та будівництві. Проведено аналіз рівня заробітної плати в Україні та інших державах. Зафіксовано ріст реальної заробітної плати, але міграційні процеси не скорочуються.

**Ключові слова:** трудова міграція, індекс якості життя, вакансії, середня заробітна плата, сезонна робота, номінальна та реальна заробітна плата.

**Вступ та постановка проблеми.** Сучасні практичні проблеми соціально-економічного розвитку у світі багато в чому зумовлені міграційними процесами. Вплив міграції на громадське життя завжди був суттєвим, однак приблизно до кінця ХХ ст. міграційні процеси не мали такої самостійної основи, як сьогодні, не були сталими.

В останні роки Україна зазнає шалених змін у всіх сферах діяльності, неможливо спрогнозувати стан економіки та політичні умови для розвитку бізнесу. Такі чинники збільшують стимул людини знайти для себе краще робоче місце в іншій країні та мати стабільний дохід. Рівень заробітної плати є визначальним чинником міграційних процесів. Під час вибору країни громадяни звертають увагу на доступність медицини й освіти, забрудненість екології, стан доріг та цінову політику.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню міграційних процесів в Україні присвячено праці таких учених, як В.Д. Базилевич, А.М. Колот, О.Л. Копиленко, М.Д. Романюк та ін. Аналіз робіт із цієї тематики дає підстави для подальшого вивчення та аналізу динаміки трудової міграції, розроблення пропозицій щодо зменшення відтоку української працездатної сили.

Зміни економічної й політичної ситуації в країні впливають на міграційні процеси, що зумовлює подальший аналіз та вивчення динаміки переїзду кількості та якості трудової сили в Україні.

**Метою** даної роботи є аналіз впливу рівня заробітної плати в Україні на збільшення трудової міграції населення.

### Результати дослідження.

XXI ст. не перестає дивувати своїм різноманіттям професій та технологій. Безперервний процес створення інновацій стимулює розвиток економіки, що, своєю чергою, лише позитивно впливає на якість трудового життя людей [1, с. 9]. Проте не всі країни однаково піддаються впливу науково-технічному прогресу, що зумовлює глибоку диференціацію доходів громадян у різних державах та стимулює людей шукати можливості заробітку в інших країнах. Вигідне розташування України, а саме наявність кордонів із Польщею, Словаччиною, Угорщиною, Румунією, Молдовою, Росією та Білорусією, дає громадянам змогу вибирати країни для трудової міграції. Порівняємо якість життя країн-сусідів із вітчизняним показником у 2018 р. (табл. 1) [1, с. 9].

Таблиця 1

Індекс якості життя країн-сусідів у 2018 р.

Позиція у світовому рейтингу	Країна	Індекс якості життя
33	Польща	0,865
38	Словаччина	0,855
45	Угорщина	0,838
49	Росія	0,816
52	Румунія	0,811
53	Білорусь	0,808
<b>88</b>	<b>Україна</b>	<b>0,751</b>
112	Молдова	0,700

Джерело: сформовано авторами на основі [2]

До показника якості життя відносять: ВВП, стан здоров'я, матеріально-побутові умови, вартість життя, зайнятість. У результаті оцінки цих індикаторів Україна займає низьку позицію, гірше лише у Молдові. Проведемо аналіз країн, де за останні три роки працевлаштувалася найбільша кількість нашого населення.

Наведені дані свідчать про зростання міграційного напрямку до Польщі, США, Італії (табл. 2).

Таблиця 2

ТОП-5 країн для міграції (млн осіб)

№	Країна	2016	2017	2018
1	Росія	0,813	3,272	0,138
2	США	0,18	0,377	0,940
3	Німеччина	0,08	0,262	0,230
4	Італія	0,665	0,236	0,231
5	Польща	0,953	0,209	1,2

Джерело: сформовано авторами на основі [4]

Популярність польських заробіток зумовлена такими причинами, як:

- 1) рівень заробітної плати; 2) близьке розташування;
- 3) кращий рівень життя; 4) велика кількість вакансій;
- 5) легальне працевлаштування; 6) низький мовний бар'єр;
- 7) стабільний розвиток економіки [3, с. 536].

На вибір країни для роботи однозначно впливають кількість та якість вакансій, які пропонуються. Зокрема,

Польща лідирує за різноманіттям затребуваних спеціалістів серед інших країн (рис. 1).

Така велика кількість вакансій у Польщі зумовлена нестачею власної робочої сили, адже більшість поляків виїжджають до Німеччини працювати, водночас збільшується кількість економічно неактивного населення, що спричиняє появу вільних робочих місць. Ураховуючи те, що кількість мігрантів до Польщі була значно більшою, ніж наявні вакансії, можна припустити, що більша кількість українців працює нелегально.

Проведемо аналіз співвідношення кількості вакансій та розміщених резюме для роботи за кордоном (рис. 2).

Аналізуючи наведені дані за 2018 р., зробимо висновок, що найбільша кількість вакансій спостерігається навесні та влітку, ніж взимку. Це пов'язано із сезонністю роботи у будівництві та сільському господарстві. Найбільш істотно – на 43% – зросла кількість вакансій у березні 2018 р., найбільше знизилася – у грудні 2018 р. Тенденція до появи резюме має інший характер, найбільша кількість розміщується взимку та восени.

Рівень заробітної плати має суттєві відмінності в різних країнах. Під час вибору вакансії, українці аналізують свої витрати на прожитковий мінімум та оплату житла. Сьогодні існує багато агентств із працевлаштування за кордоном та роботодавців, які оплачують житло, деякі навіть надають медичну страховку. Поява таких пільг для емігрантів зумовлена високим попитом на робочу силу, відповідно, конкуренція стає сильнішою, адже власної

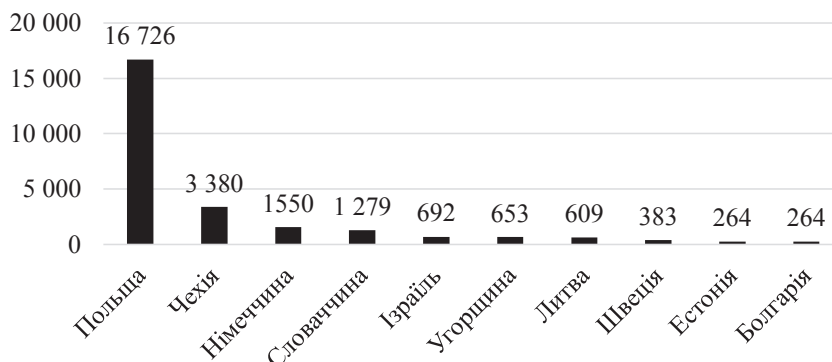


Рис. 1. Кількість вакансій у 2018 р.

Джерело: сформовано авторами на основі [5]

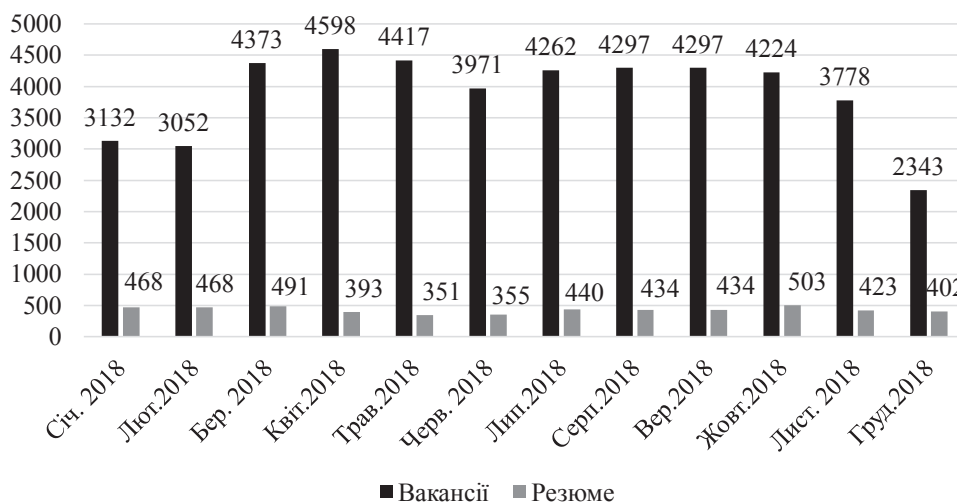


Рис. 2. Співвідношення вакансій та резюме за кордоном у 2018 р.

Джерело: сформовано авторами на основі [5]

робочої сили деяким країнам бракує. Сучасний портрет мігранта має такі характеристики: вік 25–40 років, добре освічений, знає іноземну мову, шукає кращі умови життя, прагне більше заробляти.

Приплив таких працездатних осіб очікує кожна держава, тим більше що більшість емігрантів має вищу освіту, що дає змогу розвивати економіку та збільшувати корисні винаходи. У гонитві за цінними кадрами країни пропонують такі заробітні плати (рис. 3).

Попри те що Польща пропонує найбільшу кількість вакансій, рівень заробітної плати значно нижчий, аніж в інших, гірший показник лише в Угорщині та Болгарії.

Рівень заробітної плати в Україні суттєво відстає від країн ЄС. Так, у вересні 2018 р. середня зарплата за кордоном становила 30 056 грн, в Україні – 9 660 грн. Проте протягом останніх декількох років спостерігається позитивна тенденція до її збільшення (рис. 4).

Середня номінальна заробітна плата штатного працівника підприємств, установ та організацій у липні 2019 р. становила 10 971 грн, що у 2,6 рази вище рівня мінімальної заробітної плати (4 173 грн). Порівняно із червнем розмір середньої номінальної заробітної плати збільшився на 1,7%, а за останні 12 місяців (відносно липня 2018 р.) – на 19,6%.

Номінальна заробітна плата не враховує податки, які сплачує працівник з отриманих коштів, тому на руки він отримує ще меншу суму коштів. На одержану номінальну заробітну плату працівник має придбати продукти харчування, одяг, взуття, заплатити за комунальні послуги та інші товари, необхідні для існування його самого та його сім'ї. Рівень життя людини характеризує реальна

заробітна плата – це кількість товарів і послуг, що може придбати споживач за свою заробітну плату за існуючого рівня цін після того, як сплатить податок.

Індекс реальної заробітної плати – показник, що характеризує зміну купівельної спроможності номінальної заробітної плати. У нормі індекс реальної зарплати повинен коливатися десь у межах, близьких до 100%, бажано з деяким перевищенням, у такому разі людина здатна задовольняти власні потреби та робити збереження. Індекс реальної заробітної плати в Україні коливається протягом року (табл. 3). Значення індексу надані у відсотках до попереднього місяця.

Як бачимо, індекс реальної заробітної плати коливається щомісяця протягом трьох неповних років, однак спостерігається позитивна тенденція до його збільшення.

Незважаючи на підвищення заробітної плати, українське населення продовжує мігрувати у пошуках кращого життя. Для України процес міграції має негативний вплив, адже в першу чергу це відтік молодого освіченого робочої сили, але кошти, які переказують заробітчани, поліпшують купівельну спроможність населення, відповідно, підвищується попит на товари, що дає змогу економіці розвиватися.

**Висновки.** У результаті дослідження підтверджено, що рівень заробітної плати в Україні є рушійним чинником збільшення міграційних процесів. У пошуках кращих умов життя та гідної оплати праці населення переважно мігрує до Польщі, що зумовлено близьким розташуванням та високим індексом якості життя даної держави. Протягом трьох років спостерігається збільшення рівня

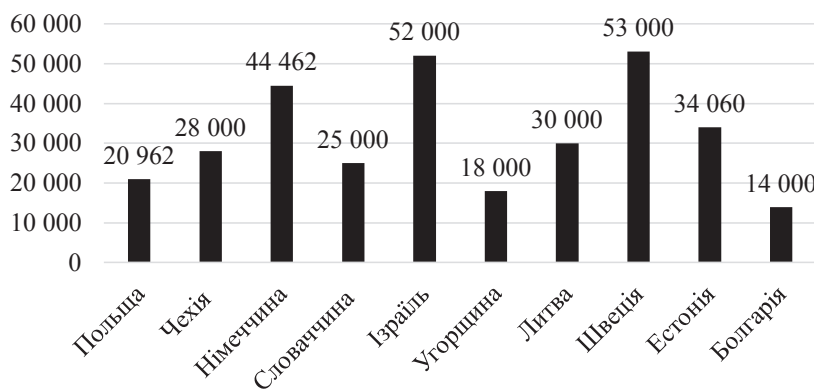


Рис. 3. Рівень середньої заробітної плати в іноземних країнах у 2018 р. (грн)

Джерело: сформовано авторами на основі [5]

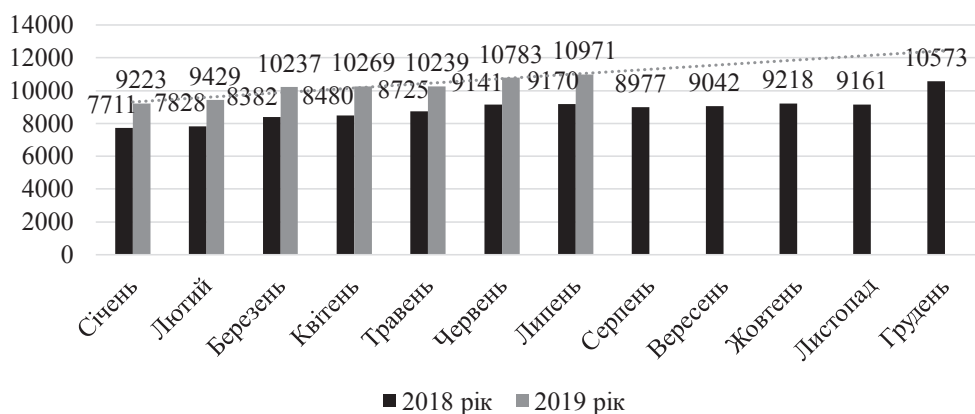


Рис. 4. Рівень номінальної заробітної плати, 2018–2019 рр.

Джерело: сформовано авторами на основі [5]

Зведена таблиця індексів реальної заробітної плати з 2017 по 2019 р. (%)

Рік	Місяць											
	січень	лютий	березень	квітень	травень	червень	липень	серпень	вересень	жовтень	листопад	грудень
2017	91,7	102,3	106,8	97,7	101,4	105,8	99,5	97,0	101,3	99,2	100,5	116,2
2018	86,6	100,6	105,9	100,4	102,9	104,8	101,0	97,9	98,8	100,2	98,0	114,5
2019	86,4	101,7	107,6	99,2	99,0	105,8	102,4					

Джерело: сформовано авторами на основі [7]

заробітної плати в Україні, однак купівельна спроможність коливається щомісяця в результаті змін цін на товари та продукти. Безперечно, виїзд працездатного населення є негативним фактором для країни, однак кошти, які надходять від них, збагачують економіку та породжують попит. Для зменшення відтоку населення необхідно розробити інтегровану міграційну політику, яка буде спрямована на захист кордонів від небажаних міграційних потоків; піль-

гові умови оподаткування для розвитку малого бізнесу; посилення контролю над здійсненням фіскальної політики та розподіленням бюджету; створення задовільних економічних умов на батьківщині; повернення мігрантів шляхом створення привабливих умов використання валютних заощаджень. Упровадження наведених заходів дасть змогу підвищити економічне становище країни, якість життя населення та скоротити відтік робочої сили.

**Список використаних джерел:**

1. Українське суспільство: міграційний вимір : національна доповідь / Інститут демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи НАН України. Київ, 2018. 396 с.
2. Глобальний рейтинг якості життя, яке місце посіла Україна. *Сьогодні*. 2018 : вебсайт. URL : <https://ukr.segodnya.ua> (дата звернення: 21.10.2019).
3. Кваша О.С. Зовнішні міграційні процеси трудових ресурсів: фактори, стан та наслідки для України. *Економіка і суспільство*. 2017. № 10. С. 535–540. URL : [http://economyandsociety.in.ua/journal/10\\_ukr/92.pdf](http://economyandsociety.in.ua/journal/10_ukr/92.pdf) (дата звернення: 19.10.2019).
4. Офіційний вебсайт Державної служби статистики України. URL : [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua) (дата звернення: 19.10.2019).
5. Мальченко В. Трудові мігранти. У яких державах українцям працювати вигідніше. *Економічна правда*. URL : <https://www.epravda.com.ua> (дата звернення: 20.10.2019).
6. Індекс реальної заробітної плати. *Мінфін*. URL : <https://index.minfin.com.ua> (дата звернення: 19.10.2019).
7. Державна служба статистики України. Експрес-випуск. Заробітна плата. 2019. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/express/expr2019/08/120.pdf> (дата звернення: 19.10.2019).

**References:**

1. Institute of Demography and Social Research. M.V.Ptukhy of NAN Ukrainy (2018) *Ukrainian society: migration dimension: nat. report*. [Ukrainian society: migration dimension: nat. report], Kyiv. Institute of Demography and Social Research. M.V. Ptukhy of NAN Ukrainy, 396 p.
2. Hlobal'nyy reyting yakosti zhyttya, yake mistse posila Ukrayina [Global rating of the quality of life that Ukraine has taken]. *Today*. Available at: <https://ukr.segodnya.ua> (accessed 21 October 2019).
3. Kvasha O.S. (2017) Zovnishni mihratsiyni protsesy trudovykh resursov: factory, stan ta Naslidky dlya Ukrayiny. [External migration processes of labor resources: factors, status and consequences for Ukraine]. *Economy and society (electronic journal)*, vol. 10, pp. 535–540. Available at: [http://economyandsociety.in.ua/journal/10\\_eng/92.pdf](http://economyandsociety.in.ua/journal/10_eng/92.pdf) (accessed 19 October 2019).
4. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Available at: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua) (accessed 19 October 2019).
5. Malchenko Victoria (2019). Trudovi mihranty. U yakykh derzhavakh ukrayintsyam pratsyuvaty vyhidnishe. [Migrant workers. Which countries are more profitable for Ukrainians] *Economic Truth* Available at: <https://www.thoughtda.com.ua/publications/2019/04/23/647290/> (accessed 19 October 2019).
6. The index of real wages. Ministry of Finance. Available at: <https://index.minfin.com.ua/en/labour/salary/index/> (accessed 19 October 2019).
7. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2019) *Zarobitna plata*. [Wages], Kyiv: Informatsiino-analitychne ahentstvo (accessed 19 October 2019).

**УРОВЕНЬ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ В УКРАИНЕ  
КАК ДВИЖУЩИЙ ФАКТОР РОСТА МИГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ**

**Аннотация.** В процессе глобализации производства, взаимозависимости экономик, развития международного рынка труда усиливается трудовая миграция. Под трудовой миграцией понимают пересечение лицом границы для трудоустройства. Одним из главных условий устойчивого развития национальной экономики Украины в современных условиях является развитие национального рынка труда, который непосредственно осуществляет динамическое воздействие на трудовую миграцию. В статье рассмотрены основные причины трудовых миграционных процессов в Украине. Проведен анализ качества жизни в других странах и заработной платы как основных движущих факторов изменения места жительства украинцев. Определено, что среди стран-соседей Польша имеет лучший жизненный уровень, хотя уступает в оплате труда другим странам. Несмотря на это, в 2018 г. в Польшу выехало 1,2 млн украинцев. Рассмотрено количество вакансий и резюме для работы за границей. Стоит отметить, что появление работы имеет сезонный характер, больше требуется дополнительной рабочей силы весной и летом для работы в сельском хозяйстве и строительстве. Проведен анализ уровня заработной платы в Украине и других государствах. Зафиксирован рост реальной заработной платы, но миграционные процессы не сокращаются.

**Ключевые слова:** трудовая миграция, индекс качества жизни, вакансии, средняя заработная плата, сезонная работа, номинальная и реальная заработная плата.

## WAGE LEVEL IN UKRAINE AS A DRIVING FACTOR OF MIGRATION PROCESS INCREASE

**Summary.** The article deals with the main causes of labor migration processes in Ukraine. The quality of life in other countries and wages were analyzed as the main driving factors for changing the place of residence for Ukrainians. It has been determined that Poland has the best standard of living among its neighboring countries, although it is inferior to other countries. Despite this 1.2 million Ukrainians went to Poland in 2018. A popular country among Ukrainians is the United States, there migrated 940 thousand people. Given the long distance and language barrier, Ukrainians are making a difficult path to a decent life and better pay. The article looks at the number of vacancies and resumes for work abroad, it should be noted that the appearance of work is seasonal in nature, most need additional labor in the spring and summer to work in agriculture and construction. Resumes appear different in nature, most of them posted in winter and autumn, because seasonal work is present in our country. The analysis of the level of wages in Ukraine and other countries and determined that the highest level of wages offered: Sweden – 53 thousand UAH, Israel – 52 thousand UAH, Germany – 44 thousand UAH, and the smallest: Hungary – 18 thousand UAH, Bulgaria – 14 thousand UAH. Compared to nominal and real wages in Ukraine, their figures indicate real wage growth, but this is only sufficient to maintain a standard of living. That is why Ukrainians are forced to travel abroad in order to buy a home or to provide themselves with decent living conditions. The lack of funds remains an acute problem to this day, with a large difference in income for Ukrainians influencing demand and prices of goods and services, which creates class inequality. At the moment, Ukrainian workers are replenishing their treasury with money transfers. However, Ukraine needs policy changes, such as simplifying its own business process and total control over tax payments, so that the state budget will have a steady income stream for economic development. With proper budget allocation, new spheres of economy and entrepreneurship will develop, which contributes to the emergence of new jobs.

**Key words:** labor migration, quality of life index, vacancies, average wages, seasonal work, nominal and real wages.

УДК 336.717.061

DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-28-44>

**Погореленко Н. П.**

*кандидат економічних наук,*

*доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування*

*Харківського навчально-наукового інституту*

*Університету банківської справи*

**Недождій В. В.**

*студент*

*Харківського навчально-наукового інституту*

*Університету банківської справи*

**Pogorelenko Nataliia**

*Candidate of Economic Sciences,*

*Associate Professor at the Department of Finance, Banking and Insurance,*

*Kharkiv Educational-Scientific Institute of the Banking University*

**Nedozhdii Valerii**

*Student*

*Kharkiv Educational-Scientific Institute of the Banking University*

## АНАЛІЗ ТА ОСОБЛИВОСТІ РЕГУЛЮВАННЯ КРЕДИТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

**Анотація.** У статті розглянуто основні елементи системи управління кредитною діяльністю банків. Кредитна діяльність розглядається як невід'ємний складник сучасної економічної системи, що потребує постійного моніторингу. Визначено актуальний стан банківського кредитування. Проаналізовано динаміку рівня непрацюючих кредитів та рівень їх покриття резервами. Досліджено підходи НБУ до підвищення аналітичного складника системи управління кредитною діяльністю банків шляхом упровадження заходів з управління проблемними кредитами банку та амортизації забезпечення. Проведено аналіз нормативно-правових актів, упроваджених НБУ для підвищення якості оцінки ризиків споживчого кредитування та мінімізації частки неповернених кредитних ресурсів. Обґрунтовано напрями вдосконалення системи управління кредитною діяльністю банківських установ у сучасних умовах.

**Ключові слова:** банківська система України, кредитний портфель, кредитна діяльність, кредитна політика, управління кредитною діяльністю, проблемні кредити, кредитний ризик.

**Вступ та постановка проблеми.** Однією з важливих проблем сучасного етапу розвитку української економіки є необхідність забезпечення ефективного управління діяльністю банківських установ та раціонального використання їхніх фінансових ресурсів. Перебуваючи

у центрі сучасних грошових відносин та обслуговуючи інтереси господарських суб'єктів, кредитні відносини опосередковують зв'язки між державою, банком, товаровиробниками і населенням, тому основним завданням даного дослідження є аналіз та оцінка впливу кредитної

діяльності банків на економічний розвиток країни. Це і зумовлює актуальність та доцільність проведення дослідження з вибраної теми.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження стану та тенденцій кредитування відображено в низці публікацій таких зарубіжних учених, як Ф. Мишкін [13], П. Роуз [14], Дж. Сінкі [15], Г. Шиназі [16] та ін. Вагомий внесок у теорію і практику аналізу кредитних операцій банків зробили вітчизняні науковці та практики. Зокрема, питання розроблення та реалізації кредитної політики банку викладено в наукових працях О. Дзюблук [17], О. Вовчак [18], Р. Слав'юк [19]. Різноманітні підходи до управління кредитним портфелем банківських установ відображено у працях С. Науменкової [20], Л. Примостки [21], Т. Смвженко [22] та ін. Проте мінливе економічне середовище, яке чинить неабиякий вплив на кредитну активність банків, викликає необхідність постійного дослідження цього питання та пояснює науковий інтерес до розв'язання проблем, що виникають у процесі управління кредитними операціями.

**Метою** даної роботи є дослідження ефективності кредитних операцій банків із метою виявлення закономірностей та тенденцій їх розвитку для забезпечення ефективної кредитної діяльності банків у сучасних умовах.

**Результати дослідження.**

Кредит і кредитні відносини є невід'ємним складником економічної системи країни. Кредитна активність банківських установ впливає як на фінансову стабільність банківської системи, так і на макроекономічну стабільність у країні загалом.

Для моніторингу кредитної діяльності банків доцільним є проведення аналізу, що включає такі напрями:

- оцінку додержання банком основних принципів кредитування, у тому числі перевірку кредитоспроможності позачальника та наявності забезпечення кредитів;
- аналіз якості кредитного портфеля й достатності резервів на покриття можливих утрат;
- аналіз нормативів кредитного ризику;
- аналіз видачі та погашення кредитів [3].

Цей аналіз дає змогу отримати цілісну (загальну) оцінку стану кредитування, що допоможе вибрати най-

більш удалу стратегію щодо подальших умов надання кредитів та вдосконалення кредитного ринку.

За останніми звітами НБУ, кредитування населення поступово зростає. Особливо збільшується величина кредитів, виданих на поточні потреби. Натомість динаміка кредитів корпоративного сектору є досить низькою. Це вказує на досить жорсткі умови надання кредитів, що, своєю чергою, впливає на величину обсягів виробництва та темп розвитку економіки. Тем не менше роздрібне кредитування сьогодні для банків є одним із головних джерел отримання прибутку. Підтвердженням цього є доволі високі темпи зростання. Протягом останніх трьох років кредитний портфель бізнесу майже не зазнавав змін, проте темпи приросту кредитування є високими, про що свідчить зростання обсягу гривневого та валютного портфелів кредитів (табл. 1).

Дані табл. 1 свідчать, що відбувається збільшення обсягів кредитів у національній валюті. За даними НБУ, це зростання спричинене переважно зростанням споживчого кредитування внаслідок поліпшення умов видачі кредитів та підвищення купівельної спроможності населення.

Динаміку чистих активів за групами банків наведено в табл. 2.

Динаміка чистих активів не зазнала значних змін. У I кварталі 2019 р. чисті активи дещо зменшилися – на 1,4%, до 1,34 трлн. грн. Даний спад пояснюється сезонним скороченням корпоративних кредитів.

Кредитування населення в Україні зростає на 8–13% р/р у гривні з IV кварталу 2017 р. В останнє темпи приросту гривневих позик були вищими у 2007 р. (понад 80%). З початку 2017 р. середній розмір кредиту збільшився більше ніж на 60%, а кількість виданих кредитів на балансі банків – на 18%, тобто кількість позичальників постійно зростає.

Як було вказано вище, основну величину кредитів становлять кредити на поточні потреби. Їхня частка досягає 70%. Подібна структура властива не тільки Україні. У країнах з аналогічним рівнем розвитку фінансового сектору незабезпечені споживчі кредити на короткий період і з високими ефективними ставками часто переважають. Привабливість цього напрямку кредитування для банків

Таблиця 1

**Валові кредити суб'єктам господарювання та фізичним особам, 2016=100%**

Період	У національній валюті, платоспроможні	В іноземній валюті, платоспроможні (екв. дол. США)	У національній валюті, загальна кількість наданих кредитів	В іноземній валюті, загальна кількість наданих кредитів (екв. дол. США)
31.12.2016	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
30.06.2017	104,6%	97,3%	102,5%	95,4%
31.12.2017	117,1%	95,8%	113,1%	90,7%
30.06.2018	120,7%	101,7%	116,1%	96,5%
31.12.2018	127,6%	106,9%	121,4%	97,5%
30.06.2019	130,5%	104,1%	120,4%	94,2%

Джерело: складено на основі даних НБУ [5]

Таблиця 2

**Чисті активи за групами банків**

Період	Чисті активи, %			
	Державні	Іноземні	Приватні	Приватбанк
31.12.2015	28,1%	35,1%	15,6%	21,1%
31.12.2016	33,8%	34,9%	13,8%	17,6%
31.12.2017	35,5%	31,1%	14,0%	19,4%
31.12.2018	34,0%	30,4%	14,8%	20,7%
31.06.2019	33,4%	30,9%	15,0%	20,7%

Джерело: складено на основі даних НБУ [5]

зумовлена значно вищою дохідністю порівняно з корпоративними кредитами.

Крім того, вимоги регулятора до оцінки кредитного ризику є менш жорсткими. Дані переваги і викликали значний інтерес банків та були поштовхом для стрімкого розвитку споживчого кредитування.

Одним із головних критеріїв, який банки постійно відстежують для оцінювання якості кредитів, є частка неповернених кредитів. Термін майже половини споживчих кредитів становить до одного року, тому у банків, зосереджених у споживчому сегменті банківського ринку України, немає суттєвих розривів у строкості активів та пасивів. Валютного ризику також немає. З огляду на це, конкуренція серед банків у споживчому кредитуванні зростає, і це призводить до зниження вимог до позичальників.

Завдяки швидкому зростанню темпів споживчого кредитування частка споживчих кредитів зросла на 1,0 в.п., до 69,9 в.п. Чиста вартість банківських кредитів фізичним особам становить лише 3,5% від ВВП, тому пов'язані із цим ризики у цілому незначні (рис. 1).

Зростання темпів споживчого кредитування зумовлює необхідність проведення виваженої політики щодо оцінки кредитного ризику, оскільки недооцінка банками кредитного ризику та зниження стандартів кредитування можуть спричинити накопичення ризиків, що підвищуватиме вразливість банківського сектору. Тому НБУ на постійній основі здійснює моніторинг розвитку як споживчого, так і корпоративного кредитування, що стимулює належне оцінювання відповідних ризиків, установлюючи регуляторні вимоги та змінюючи оцінки параметрів розрахунку пруденційних резервів.

Даний моніторинг також проводиться НБУ для контролю та мінімізації рівня непрацюючих кредитів.

Згідно з останніми статистичними даними [4], частка непрацюючих кредитів за перший квартал 2019 р. скорочується на 1,1 в.п., до 51,7%, завдяки зростанню роздрібних кредитів та проведенню значної фінансової реструктуризації «Укресімбанком» (табл. 3).

Як свідчать дані табл. 3, протягом 2018 р. частка непрацюючих кредитів повільно скорочувалася (близько 0,2 в.п. щомісяця). Рівень NPL (nonperforming loans, непрацюючих кредитів), що був уведений Постановою НБУ «Про затвердження Положення про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями» від 30.06.2016 № 351 (зі змінами та доповненнями) з метою моніторингу рівня сумнівних та безнадійних до повернення кредитів, поступово зменшується, однак досить низькими темпами. Основним чинником даного скорочення виступає видача нових кредитів фізичним особам. У сегменті корпоративного кредитування рівень NPL майже не змінився, тому робота банків із реструктуризації та списання неякісних кредитів у даному сегменті є неефективною. Відновлення якості непрацюючих кредитів, виданих недобросовісним позичальникам, за оцінками НБУ, є малоймовірним.

Із початку 2019 р. почало діяти правило, що стосується оцінювання кредитного ризику та зобов'язує банки амортизувати забезпечення, яке вони не мають можливості стягувати протягом значного періоду [4]. Це спонукає фінансові установи збільшити рівень покриття непрацюючих кредитів пруденційними резервами та резервами за МСФЗ 9, що може викликати зменшення вільних кредитних ресурсів банків.

За оцінками НБУ, у поточному році кредитний ризик може дещо зрости, що зумовлено початком дії правила про амортизацію застави за непрацюючими кредитами. Застава необхідна для того, щоб знизити втрати банку від дефолту боржника. Проте на практиці фінансові установи неспроможні стягнути заставу упродовж кількох років, тому не можуть покладатися на неї повною мірою для



Рис. 1. Структура валових кредитів домашнім господарствам за цільовим призначенням

Джерело: складено на основі даних НБУ [4; 5]

Таблиця 3

#### Частка непрацюючих кредитів у портфелях банків

Період	Кредити, надані суб'єктам господарювання	Кредити, надані фізичним особам	Усі кредити включно з міжбанківськими
31.01.2017	55,7%	62,7%	56,2%
30.06.2017	58,5%	57,9%	57,7%
31.12.2017	56,0%	53,5%	54,5%
30.06.2018	57,8%	51,3%	55,7%
31.12.2018	55,8%	45,8%	52,8%
30.06.2019	54,8%	40,7%	50,8%

Джерело: складено на основі даних НБУ [4; 5]

компенсації збитків від неповернення кредитів. Із часом роль застави як компенсатора знижується, тому регулятори багатьох країн установлюють вимоги до банків поступово амортизувати заставу, враховувати її з дисконтом, якщо не вдається її стягнути в розумний строк.

НБУ визначає, що банки можуть повністю враховувати заставу під час розрахунку пруденційних резервів лише протягом двох років після дефолту позичальника. На третій рік слід застосовувати дисконт 30%, на четвертий – 50%. Від початку п'ятого року після дефолту застava не враховується для обчислення резервів. Утім, банки повинні й надалі докладати всіх зусиль, щоб її стягнути. Ця норма введена в дію з 1 лютого 2019 р.

Очікуваний додатковий кредитний ризик після введення в дію даної норми є незначним. Він не загрожує виконанню нормативу Н2 більшістю банків, адже вони мають достатній запас капіталу. Висока операційна прибутковість дає змогу фінустановам покрити втрати від амортизації застави протягом 2019 р.

Прибутковість банківських установ також відображається у зростанні якості кредитного портфеля, яка поліпшується в усіх групах банків (табл. 4).

Частка непрацюючих кредитів поступово зменшується в усіх групах банків. Основною причиною є статистичний ефект від зростання кредитного портфеля.

Динаміка якості кредитного портфеля також відображається у рівні резервів за непрацюючими кредитами (рис. 2).

За II квартал 2019 р. непрацюючі активи зменшилися на 4,8% за рахунок як статистичного ефекту, так і поступового введення в дію Національним банком відповідних заходів.

Одним із таких заходів було введення в дію Постанови НБУ «Про затвердження Положення про організацію процесу управління проблемними активами в банках України» від 18.07.2019 № 97 [23], де визначається перелік

проблемних активів, а також складники процесу управління цими активами. На даний момент рівень загального резервування непрацюючих активів становить 92,9%.

Поступове зростання рівня покриття резервами непрацюючих кредитів має також негативне значення, оскільки дані кошти вилучаються з обігу банку і не можуть бути використані, що, своєю чергою, зменшує фінансовий результат та кінцевий прибуток.

Згідно з оцінками НБУ [4], параметри очікуваних протягом року збитків для розрахунку резервів за МСФЗ 9 у середньому менші ніж 2%. Оцінки дуже різняться між банками. Натомість статистика найактивніших у споживчому кредитуванні фінустанов, зібрана відповідно до вимог Положення про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями» від 30.06.2016 № 351 (зі змінами та доповненнями) [11], свідчить, що рівень міграції у непрацюючі кредити в середньому був удвічі вищий за останні п'ять років, які, щоправда, включають і кризовий період. Частка непрацюючих гривневих кредитів знижується дуже повільно і становить 24% попри те, що кредитний портфель банків стрімко зростає.

Згідно з даними НБУ [4], банки рідко належно оцінюють боргове навантаження навіть великих боржників – фізичних осіб (із заборгованістю понад 2 млн. грн), кредитний ризик яких слід визначати на індивідуальній основі [12], оскільки вони не мають інформації про рівень боргового навантаження позичальників або він завищений, тож частка NPL у цих кредитах сягає 77%. Підхід фінустанов до оцінювання кредитного ризику часто формальний і для позичальників із невеликими сумами кредитів.

Брак уваги до платоспроможності позичальників та зниження стандартів кредитування через конкуренцію між банками призводять до виникнення ризику суттєвого

Таблиця 4

Частка непрацюючих кредитів у портфелях банків за групами

Період	Усі банки	Приватбанк	Держбанки	Інші банки	Найбільші 5 іноземних
31.01.2017	56,2%	83,0%	61,8%	35,8%	36,9%
30.06.2017	57,7%	88,8%	59,9%	34,0%	32,2%
31.12.2017	54,5%	87,6%	55,7%	28,4%	19,7%
30.06.2018	55,7%	84,6%	59,1%	29,5%	21,6%
31.12.2018	52,8%	83,4%	55,0%	24,5%	13,9%
30.06.2019	50,8%	81,5%	51,2%	21,4%	13,8%

Джерело: складено на основі даних НБУ [4; 5]



Рис. 2. Обсяг непрацюючих активів, млрд. грн, та рівень покриття резервами

Джерело: складено на основі даних НБУ [5]



погіршення якості портфеля, особливо у кризових умовах. Згідно зі статистичними даними [4], під час криз рівень непрацюючих споживчих кредитів може зрости на 10–20 в.п. І якщо банки занадто оптимістично оцінюють кредитний ризик, то в таких умовах вони не зможуть сформувати достатнього запасу міцності, щоб поглинути можливі збитки.

Щоб фінансові установи почали належно оцінювати ризики споживчого кредитування, НБУ посилив вимоги до визначення кредитного ризику. Згідно з Постановою № 351 [11], із квітня 2019 р. встановлювати параметр PD (probability of default, імовірність дефолту боржника/контрагента) нижче середини діапазону можуть тільки ті банки, які належно ведуть власну статистику та використовують її для обрахунку кредитного ризику.

НБУ на регулярній основі переглядає мінімальні значення параметрів PD та LGD (loss given default, втрати в разі дефолту), зокрема застосовуючи інформацію з кредитного реєстру. Банки будуть зобов'язані використовувати дані з кредитного реєстру, щоб погіршувати клас боржників, які не обслуговують боргів у інших банках. Дані параметри повинні підвищити якість виданих кредитів та мінімізувати виникнення непогашених заборгованостей, що, своєю чергою, може спричинити виникнення збитків банку.

Національний банк України проводить активну політику, спрямовану на поліпшення умов ведення кредитної діяльності, впроваджуючи положення та нормативно-правові акти, що покликані зменшити рівень кредитного ризику.

**Висновки.** Кредитування є найважливішим елементом розвитку сучасної економіки. Для підтримання та розвитку даного виду діяльності Національний банк України здійснює аналіз та оцінку стану кредитування. Із цією метою він також проводить постійний моніторинг стану ринку для оцінки кредитних ризиків банків та підтримання стандартів кредитування. Даний моніторинг також допомагає впроваджувати нові стандарти і положення, покликані зменшити частку непрацюючих активів банківської системи.

Упровадження нових нормативно-правових актів, зокрема «Положення про організацію процесу управління проблемними активами в банках України» від 18.07.2019 № 97, покликані зменшити рівень кредитного ризику та поліпшити якість активів банків. Отже, якісний аналіз та моніторинг кредитного середовища є важливою частиною діяльності НБУ, що дає змогу впроваджувати ефективні інструменти мінімізації ризиків та збитків банків із метою подальшого розвитку банківської системи.

#### Список використаних джерел:

1. Приходько Я.С. Вплив кредитної діяльності на економіку України. *Економічні студії*. 2016. № 56. С. 90–93.
2. Колісник В.Ю. Аналіз кредитної діяльності вітчизняних банків. *Економічна наука*. 2017. № 3. С. 25–27.
3. Довгань Ж. Особливості управління кредитною діяльністю банківських установ у сучасних умовах. *Фінансовий ринок*. 2017. № 4. С. 43–56.
4. Звіт про фінансову стабільність за червень 2019 року. *Національний банк України* : вебсайт. URL : <https://bank.gov.ua> (дата звернення: 15.11.2019).
5. Огляд банківського сектору економіки України. 2019. *Національний банк України* : вебсайт. URL : <https://bank.gov.ua> (дата звернення: 14.11.2019).
6. Петрушко Я.Р. Сучасний стан кредитної діяльності банків України. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ*. 2018. № 1. С. 97–104.
7. Бечко В.П. Напрями підвищення ефективності управління кредитним портфелем комерційного банку. *Вісник Уманського національного університету*. 2017. № 25. С. 224–234.
8. Коваленко В.В. Управління кредитним портфелем в умовах фінансової невизначеності функціонування банків. *Регіональна економіка та управління*. 2016. № 8. С. 60–64.
9. Сокиринська І.Г. Оптимізація структури кредитного портфелю банку в контексті підвищення ефективності його діяльності. *Фінансовий ринок*. 2017. № 3. С. 78–87.
10. Бровко Л.І. Аналіз кредитного портфеля комерційних банків України в сучасних умовах. *Економічна наука*. 2018. № 11. С. 85–90.
11. Про затвердження Положення про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями : Постанова НБУ від 30.06.2016 № 351 / Національний банк України. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua> (дата звернення: 14.11.2019).
12. Погореленко Н.П. Стабільність банківської системи: теорія, методологія, практика : монографія. Київ : Університет банківської справи, 2018. 615 с.
13. Mishkin F. The causes and propagation of financial instability: lessons for policymakers. *Maintaining financial stability in global economy. A symposium sponsored by the Federal Reserve Bank of Kansas City*. 1997. Vol. 26. P. 55–96.
14. Rose P.S. Commercial bank management. *IRWIN, Inc.*, 1991. P. 677.
15. Sinkey J. Commercial bank financial management in the financial services industry. *NY. MacMillan*. 1992. P. 216–220.
16. Schinasi G. Defining financial stability. *IMF Working Paper*. 2004. Vol. 04. № 187. P. 121.
17. Дзюблюк О. Механізм забезпечення якості кредитного портфеля й управління кредитним ризиком банку в період кризових явищ в економіці. *Журнал європейської економіки*. 2010. № 1. С. 108–124.
18. Вовчак О.Д. Фінансові інструменти в управлінні кредитними ризиками банків України в умовах глобалізації : монографія. ПП «Медобори-2006», 2013. 240 с.
19. Слав'юк Р.О. Кооперативні кредитні установи у фінансовому забезпеченні розвитку аграрного бізнесу. *Економіка України*. 2000. № 2. С. 96–103.
20. Науменкова С.В. Розвиток кредитування у посткризових умовах. *Банківська справа*. 2013. № 4. С. 25–34.
21. Примостка Л.О. Методичні аспекти аналізу ефективності управління портфелями комерційних банків. *Банківська справа*. 2000. № 1. С. 27–30.
22. Смовженко Т.С. Оцінка фінансових втрат банків України від кредитних операцій. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2016. Вип. 2. С. 82–88.
23. Про затвердження Положення про організацію процесу управління проблемними активами в банках України : Постанова НБУ від 18.07.2019 № 97 / Національний банк України. URL : <http://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 14.11.2019).

References:

1. Prykhodko Ya.S. (2016) Vplyv kredytnoi diialnosti na ekonomiku Ukrainy. [Impact of credit activity on the economy of Ukraine]. *Economic studios*, vol. 56, pp. 90–93.
2. Kolisnyk V.Yu. (2017) Analiz kredytnoi diialnosti vitchyznianykh bankiv. [Analysis of credit activity of domestic banks]. *Economics*, vol. 3, pp. 25–27.
3. Dovhan Zh. (2017) Osoblyvosti upravlinnia kredytnoiu diialnistiu bankivskykh ustanov u suchasnykh umovakh. [Features of management of credit activity of banking institutions in modern conditions]. *Financial market*, vol. 4, pp. 43–56.
4. Natsionalnyi bank Ukrainy (2019) Zvit pro finansovu stabilnist za cherven 2019 roku. [Financial stability report for June 2019], URL: <https://bank.gov.ua>.
5. Natsionalnyi bank Ukrainy (2019) Ohliad bankivskoho sektoru ekonomiky Ukrainy. [Overview of the banking sector of Ukraine], URL: <https://bank.gov.ua>.
6. Petrushko Ya.R. (2018) Suchasnyi stan kredytnoi diialnosti bankiv Ukrainy. [Current state of credit activity of Ukrainian banks]. *Scientific Bulletin of Lviv state University of internal Affairs*, vol. 1, pp. 97–104.
7. Bechko V.P. (2017) Napriamy pidvyshchennia efektyvnosti upravlinnia kredytnym portfelem komertsiiinoho banku. [Directions of increase of efficiency of management of a credit portfolio of commercial Bank]. *Uman national University*, vol. 25, pp. 224–234.
8. Kovalenko V.V. (2016) Upravlinnia kredytnym portfelem v umovakh finansovoi nevyznachenosti funktsionuvannia bankiv. [Credit portfolio management in conditions of financial uncertainty of banks ' functioning]. *Regional economy and governance*, vol. 8, pp. 60–64.
9. Sokyrynska I.H. (2017) Optyimizatsiia struktury kredytnoho portfeliu banku v konteksti pidvyshchennia efektyvnosti yoho diialnosti. [Optimization of the structure of the Bank's loan portfolio in the context of improving the efficiency of its activities]. *Financial market*, vol. 3, pp. 78–87.
10. Brovko L.I. (2018) Analiz kredytnoho portfelia komertsiiinykh bankiv Ukrainy v suchasnykh umovakh. [Analysis of credit portfolio of commercial banks of Ukraine in modern conditions]. *Economics*, vol. 11, pp. 85–90.
11. Natsionalnyi bank Ukrainy (2016) Postanova NBU «Pro zatverdzhennia Polozhennia pro vyznachennia bankamy Ukrainy rozmiru kredytnoho ryzyku za aktyvnymy bankivskymy operatsiiamy» vid 30.06.2016 № 351. [Resolution of the NBU "on approval of the Regulation on determination by banks of Ukraine of the amount of credit risk on active banking operations" dated 30.06.2016 No. 351], URL: <http://zakon2.rada.gov>.
12. Pohorelenko N.P. (2018) Stabilnist bankivskoi systemy: teoriia, metodolohiia, praktyka: Monohrafiia. [Stability of the banking system: theory, methodology, practice]. Kyiv: University of banking, 615 p.
13. Mishkin F. (1997) The causes and propagation of financial instability: lessons for policymakers. Maintaining financial stability in global economy. *A symposium sponsored by the Federal Reserve Bank of Kansas City*, vol. 26, pp. 55–96.
14. Rose P.S. (1991) Commercial bank management. *IRWIN, Inc.*, 677 p.
15. Sinkey J. (1992) Commercial bank financial management in the financial services industry. *NY. MacMillan*, pp. 216–220.
16. Schinasi G. (2004) Defining financial stability. *IMF Working Paper*, vol. 04, no. 187, 121 p.
17. Dziubliuk, O. (2010) Mekanizm zabezpechennia yakosti kredytnoho portfelia y upravlinnia kredytnym ryzykom banku v period kryzovykh yavyshev v ekonomitsi. [The mechanism of ensuring the quality of the loan portfolio and credit risk management of the Bank during the crisis in the economy]. *Journal of European Economics*, vol. 1, pp. 108–124.
18. Vovchak O.D. (2013) Finansovi instrumenty v upravlinni kredytnymy ryzykamy bankiv Ukrainy v umovakh hlobalizatsii : monohrafiia [Financial instruments in credit risk management of Ukrainian banks in the context of globalization]. *Kamenets-Podolsky: state of emergency " Medobory–2006»*, 240 p.
19. Slaviuk R.O. (2010) Kooperatyvni kredytni ustanovy u finansovomu zabezpechenni rozvytku ahrarynogo biznesu. [Cooperative credit institutions in financial support of agricultural business development]. *Economy of Ukraine*, vol. 2, pp. 96–103.
20. Naumenkova S.V (2013) Rozvytok kredytuvannia u postkryzovykh umovakh. [Credit development in post-crisis conditions]. *Banking*, vol. 4, pp. 25–34.
21. Prymostka L.O. (2000) Metodichni aspekty analizu efektyvnosti upravlinnia portfeliamy komertsiiinykh bankiv. [Methodical aspects of the analysis of efficiency of management of portfolios of commercial banks]. *Banking*, vol. 1, pp. 27–30.
22. Smovzhenko T.S. (2016) Otsinka finansovykh vtrat bankiv Ukrainy vid kredytnykh operatsii. [Assessment of financial losses of banks from credit operations]. *Socio-economic problems of the modern period of Ukraine*, vol. 2, pp. 82–88.
23. Natsionalnyi bank Ukrainy (2019) Postanova NBU «Pro zatverdzhennia Polozhennia pro orhanizatsiiu protsesu upravlinnia problemnymy aktyvamy v bankakh Ukrainy» vid 18.07.2019 № 97 [Resolution of the NBU" on approval of the Regulations on the organization of the process of management of distressed assets in banks of Ukraine " dated 18.07.2019 No. 97], URL: <http://zakon.rada.gov.ua>.

АНАЛИЗ И ОСОБЕННОСТИ РЕГУЛИРОВАНИЯ  
КРЕДИТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

**Аннотация.** В статье рассмотрены основные элементы системы управления кредитной деятельностью банков. Кредитная деятельность рассматривается как неотъемлемая составляющая современной экономической системы, что требует постоянного мониторинга. Определено актуальное состояние банковского кредитования. Проанализированы динамика уровня неработающих кредитов и уровень их покрытия резервами. Исследованы подходы НБУ к повышению аналитической составляющей системы управления кредитной деятельностью банков путем внедрения мероприятий по управлению проблемными кредитами банков и обеспечению амортизации. Проведен анализ нормативно-правовых актов, введенных НБУ с целью повышения качества оценки рисков потребительского кредитования и минимизации доли невозвращенных кредитных ресурсов. Обоснованы направления усовершенствования системы управления кредитной деятельностью банковских учреждений в современных условиях.

**Ключевые слова:** банковская система, кредитный портфель, кредитная деятельность, кредитная политика, управление кредитной деятельностью, проблемные кредиты, кредитный риск.

## ANALYSIS AND FEATURES OF REGULATION CREDIT ACTIVITY OF BANKS IN MODERN CONDITIONS

**Summary.** The article deals with the main elements of the credit management system of banks. Credit activity is considered as an integral part of the modern economic system, which requires constant monitoring. It is also an important part of the country's economic system, as it significantly affects financial and macroeconomic stability. The authors investigated the current state of Bank lending, analyzed the dynamics of the level of non-performing loans and the level of their coverage by reserves. In order to monitor the state of lending, an assessment of various areas of lending was carried out, which helps in the development of a strategy and the formation of a quality loan portfolio. The General state of the credit market is investigated by means of the system approach. The main indicators of the credit system were studied by economic and statistical methods. In connection with the growth of credit rates, banks conduct a continuous assessment of the quality of loans, using various criteria, such as delinquencies, credit risk assessment and others, which forces the NBU to pursue an active policy on credit risk assessment. For this purpose, monitoring of consumer and corporate lending is carried out, the results of which allow to effectively assess credit risk, establish regulatory requirements and adjust the parameters of prudential reserves calculation. The approaches of the NBU to improving the analytical component of the credit management system of banks by implementing measures to manage problem loans of the Bank and ensure depreciation were also studied. The analysis of normative legal acts introduced by the NBU in order to improve the quality of risk assessment of consumer lending and minimize the share of non-repaid credit resources. The directions of improvement of the credit management system of banking institutions in modern conditions are substantiated. Insufficient attention to the solvency of borrowers, reduction of lending standards due to competition between banks lead to the risk of a significant deterioration in the quality of the portfolio. Therefore, the NBU is taking measures to tighten the requirements for determining credit risk, setting parameters that should improve the quality of loans and minimize the occurrence of outstanding debts. It is also introducing new regulations aimed at reducing the level of credit risk and improving the quality of banks' assets.

**Key words:** banking system, credit portfolio, credit activity, credit policy, credit activity management, problem loans, credit risk.

**Ромашенко О. С.**

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри економіки підприємств та соціальних технологій  
Державного університету телекомунікацій*

**Romashchenko Olga**

*Ph. D. (Economics)  
Associate Professor of the Department of  
Enterprise Economics and Social Technologies  
State University of Telecommunications*

## КОМПЛЕКСНА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ

**Анотація.** У роботі пропонується комплексна система оцінки ефективності роботи з постачальниками з погляду формування товарних запасів підприємства на підставі побудови остовного дерева кластеризації постачальників. Ключовим питанням організації роботи із запасами товарів на торговельному підприємстві є постійна робота з постачальниками. Аналіз ефективності співпраці з тим чи іншим постачальником є передумовою ефективного формування товарних запасів для будь-якого підприємства, без виконання якого взагалі неможливо вести мову про налагодження процесу управління запасами товарів. Відповідно, гострим питанням є оцінка ефективності співробітництва з певним колом постачальників торговельного підприємства, а логічним наслідком є формування певної політики щодо конкретних постачальників. У статті також обґрунтовано вибір конкретної політики взаємодії з постачальником та приведено результати апробації розробленої системи на підприємстві.

**Ключові слова:** постачальник, товарний запас, ефективність, система коефіцієнтів, кластеризація, остонове дерево, політика взаємодії з постачальником.

**Вступ та постановка проблеми.** На ефективність управління товарними запасами підприємства, беззаперечно, впливає як якість, так і повнота формування запасів товарів для подальшої реалізації. З огляду на це, постійна робота з постачальниками з погляду оцінки ефективності вибраних каналів закупівлі товару для підприємства є одним із ключових питань організації роботи із запасами товарів на підприємстві. Отже, передумовою ефективного формування товарних запасів для будь-якого підприємства стає аналіз ефективності співпраці з тим чи іншим постачальником. Саме без цього неможливо ефективно налагодити процес управління запасами товарів. Відповідно, постає питання оцінки ефективності співробітництва з постачальниками підприємства, логічним наслідком чого має стати формування певної політики щодо конкретних постачальників.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням організації налагодженої роботи з постачальниками, їх відбору, класифікації та оцінки ефективності взаємодії для конкретного торговельного підприємства присвячено роботи зарубіжних та вітчизняних учених: О.І. Жук, С. Лисої, Д. Кондратюка, Д. Маркозова, Т.Д. Москвітної, І. Попова, О.Р. Ускова, В. Черепова, Дж. Шрайбфедера, А.П. Шот тощо. Однак усе ще залишається відкритим питання про формування конкретних моделей та методик оцінки ефективності взаємодії з постачальниками підприємства.

**Метою** даної роботи є розроблення комплексної системи оцінки ефективності постачальників із погляду повноти та доцільності формування запасів товарів підприємства та подальшим вибором політики взаємодії з постачальниками.

### **Результати дослідження.**

Під час детального вивчення літературних джерел стає зрозумілим, що відсутня навіть єдина стандартизована система показників для оцінки ефективності співробітництва з постачальниками для підприємства, і тим більше не можна говорити про розроблені рекомендації щодо фор-

мування певної політики взаємодії з кожним конкретним постачальником. Так, у більшості джерел має місце проста констатація факту, що якість маркетингової політики та економічна ефективність функціонування торговельного підприємства залежать серед багатьох інших чинників, а також від налагодженої та вірної взаємодії з постачальниками [2; 5]. У роботі О.І. Жук [3] підкреслюється необхідність оцінки «ефективності архітектури зв'язків із постачальниками» за певними критеріями, а саме їх зацікавленістю у співпраці з компанією, важливістю для постачальників обсягів продажів компанії, вартістю і ймовірністю прибутку інших клієнтів. Однак відкритим залишається питання, як саме подібні критерії можуть бути оцінені в чисельному виразі; та й формулювання двох останніх викликає певні серйозні питання. Більш повно питання оціночних показників для вимірювання ефективності роботи з постачальниками сформульовано в роботі С. Лисої [4].

Необхідно відзначити, що, на нашу думку, серед запропонованих авторами показників у деяких спостерігається певне дублювання (точність виконання транспортних операцій за строками та ризик в інтервалах поставки, кількість поставок, що мають які-небудь відхилення та вірогідність недопоставок тощо), а зміст деяких узагалі викликає сумнів (витрати на закупівлю матеріальних ресурсів через стратегічні зв'язки).

Отже, постає питання необхідності розроблення системи показників, застосування яких створює інформаційне підґрунтя для всебічної оцінки ефективності формування товарних запасів, а також для здійснення кластеризації всіх постачальників підприємства з метою вибору оптимальної політики співпраці з ними.

Для вибору оптимальної політики взаємодії підприємства із постачальниками було розроблено алгоритм, який представлено на рис. 1.

На першому етапі оцінки здійснюється формування інформаційної бази для оцінки ефективності роботи з постачальниками.

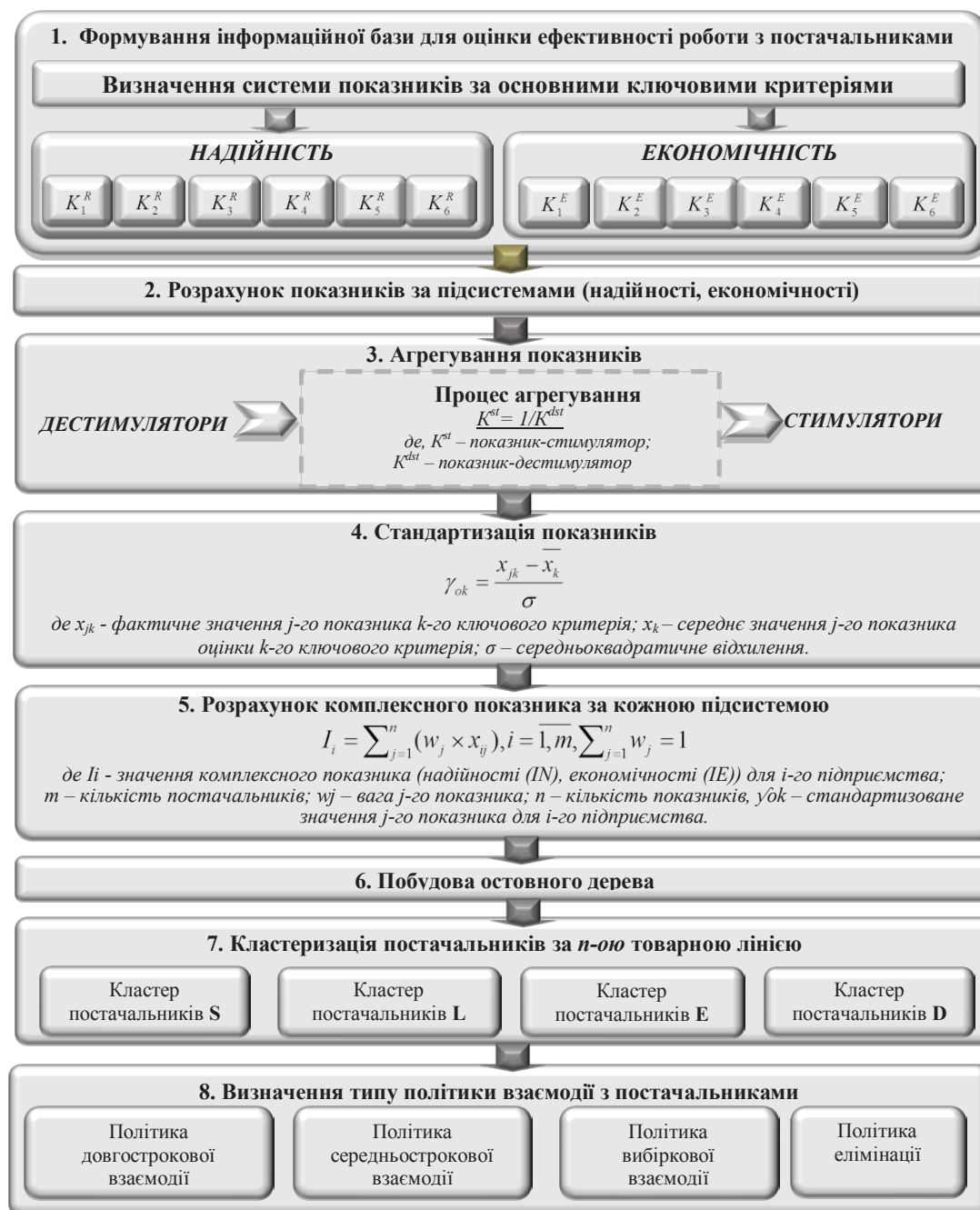


Рис. 1. Схема обґрунтування оптимальної політики взаємодії торговельного підприємства з постачальниками

Джерело: розроблено автором

Відповідно, на наступному етапі здійснюється визначення основних показників оцінки за визначеними ключовими критеріями. За результатами обробки анкетних даних розроблено рекомендовану систему показників оцінки ефективності роботи з постачальником за критеріями надійності та економічності.

Для цього пропонується розподілити всі показники, які можуть характеризувати ефективність роботи з певним постачальником для конкретного торговельного підприємства на дві великі групи: група, яка характеризуватиме надійність постачальника, та група, яка характеризуватиме його економічність (під терміном «економічність» ми розуміємо вплив співробітництва з конкретним постачальником на фінансові результати досліджуваного підприємства від реалізації товару).

Сукупність показників складається з таких: I група «Надійність» (рис. 2) та II група «Економічність» (рис. 3). Кожна група складається з шести коефіцієнтів.

Розрахунок запропонованої методики проводився на прикладі дослідження постачальників по товарній лінії «напої безалкогольні» ТОВ «Укрпродукт».

Шляхом розрахунку середньої арифметичної отримуємо значення окремо коефіцієнта надійності постачальника, окремо – коефіцієнта економічності (табл. 1).

Отримане остовне дерево відображено графіком (рис. 4). Порядок кластеризації постачальників згідно з принципом побудови остовного дерева є таким: спочатку вибирається відрізок між двома крапками на графіку, довжина якого є найбільшою; відповідно, таким чином, непряма розподіляється на дві частини; потім

НАДІЙНІСТЬ	
Коефіцієнт виконання поставок у термін ( $K_{ВП}$ )	• кількість поставок, що були виконані у термін, до всієї сукупності поставок
Середній термін тривалості доставки ( $T_D$ )	• середня кількість днів з моменту оформлення запиту до моменту постачання товару до максимальної кількості днів постачання товару аналізованим постачальником за періоді
Коефіцієнт зриву поставок ( $K_{ЗР}$ )	• кількість поставок, що не відбулися з вини постачальника, до загальної кількості поставок
Коефіцієнт пошкодження продукції під час доставки з вини постачальника ( $K_{ПОШК}$ )	• кількість розрахункових одиниць товару, що були доставлені з ушкодженням з вини постачальника, до загальної кількості розрахункових одиниць товару
Коефіцієнт брендування товарів ( $K_{БР}$ )	• кількість товарних марок, підтримка бренду яких регулярно проводиться за кошти постачальника, до загальної кількості товарних марок, що закуповується роздрібним підприємством в аналізованого постачальника
Коефіцієнт промотування товарів ( $K_{ПР}$ )	• кількість товарних марок, по яких постачальником за розрахунковий період проводилися промоутерські акції на торговельній площині роздрібно підприємства, до загальної кількості товарних марок, що закуповується роздрібним підприємством аналізованого постачальника

Рис. 2. Рекомендована система показників оцінки ефективності роботи з постачальником: I група «Надійність»

ЕКОНОМІЧНІСТЬ	
Коефіцієнт комплексності постачання ( $K_{КОМ}$ )	• кількість товарних одиниць із певної товарної групи, які можливо було закупити та які закуповувалися в аналізованого постачальника, до всіх товарних одиниць із певної товарної групи, представлених у торговельному залі роздрібно підприємства
Коефіцієнт середньої за період доходності товарообороту в закупівельних цінах ( $K_{ДОХ}$ )	• розмір доходу від реалізації по товарах, що закуповувалися в аналізованого постачальника, до товарообороту в закупівельних цінах по відповідних товарах
Коефіцієнт якості товару ( $K_J$ )	• кількість розрахункових товарних одиниць, що були в подальшому визначені за неякісні до загальної кількості розрахункових товарних одиниць, отриманих від аналізованого постачальника
Знижковий коефіцієнт ( $K_{ЗНИЖ}$ )	• кількість розрахункових одиниць товару, що за розрахунковий період постачалися на умовах надання знижки будь-якого типу до загальної кількості товарів, отриманих від аналізованого постачальника
Коефіцієнт можливості отримання товару на умовах товарного кредиту ( $K_{ТК}$ )	• кількість розрахункових одиниць товару до всієї сукупності поставок даного товару
Коефіцієнт кількості розрахункових одиниць товару, що постачаються на умовах передплати ( $K_{ПЕР}$ )	• кількість розрахункових одиниць товару на умовах передплати до загальної кількості розрахункових одиниць товару

Рис. 3. Рекомендована система показників оцінки ефективності роботи з постачальником: II група «Економічність»

у більшій за довжиною відрізку частині виокремлюють наступні дві крапки, довжина відрізка між якими є найбільшою з тих, що залишилися; таким чином, уся сукупність даних кластеризується на певні частини, яких має

бути, згідно з рекомендаціями до використання даного методу, від трьох до шести. Ми формуємо чотири кластери постачальників виходячи з приведених нижче розроблених типів політики взаємодії з постачальниками.

Таблиця 1

Отримані значення коефіцієнтів надійності та економічності взаємодії з постачальниками по товарній лінії «напої безалкогольні» ТОВ «Укрпродукт»

№ пп	Перелік постачальників	Надійність	Економічність
1	МПП «Аріадна»	0,17	0,45
2	ПАТ «Бель»	0,21	0,51
3	МПП «Абсолют 2007»	0,31	0,39
4	КФ ТОВ «Вітел»	0,33	0,55
5	МПП «Дункан»	0,33	0,66
6	ТД «АВТ маркет»	0,34	0,63
7	МПП «Український продукт»	0,34	0,67
8	МПП «Яшма»	0,35	0,65
9	ПРАТ «Катріс»	0,36	0,42
10	ЧПМ «Лоцман» ТГ «Арго»	0,36	0,44
11	МПП «Настенька»	0,36	0,52
12	ПАТ «Мекрос»	0,37	0,48
13	ПАТ «Мартіпродактс»	0,38	0,62
14	МП «Дефа»	0,39	0,45
15	ПРАТ «Фірма «Зодіак»	0,40	0,48
16	ТД «Саксес»	0,41	0,53
17	АРЗТ «Торгсервіс»	0,42	0,57
18	ПРАТ «Адамантій груп»	0,42	0,67
19	ПРАТ «Дискав»	0,42	0,67
20	ПП «Віват прогрес»	0,44	0,56
21	ПП «Еко-дом»	0,45	0,45
22	МПП «Лія»	0,45	0,63
23	ПП «Гудвіл інвест»	0,49	0,66
24	МПП «Фірма Ямуна»	0,50	0,51
25	ПП «Заря»	0,51	0,40
26	ПРАТ «Віва»	0,51	0,56
27	ПРАТ «Укркартопля»	0,55	0,53
28	ПАТ КФ «Торговельний дім Роздон»	0,59	0,47
29	КМПП «Тріал»	0,60	0,53
30	ПРАТ «Foods and goods»	0,63	0,63
31	ПП «Юнісейл»	0,65	0,57

Після розбивання постачальників на кластери постає питання вибору оптимальної стратегії та політики взаємодії з постачальниками. Що стосується стратегій, то в теорії управління сформульовано такі її варіанти:

- стратегія створення стратегічних альянсів;
- стратегія вертикальної інтеграції;
- стратегія синергетичного впливу на цільовий ринок;
- стратегія сомаркетингу;
- стратегія управління ризиками взаємодії [1].

Однак, як стає очевидним із самої назви роботи, відповідні стратегії можуть бути рекомендованими лише торговельному підприємству, яке має за мету створення стратегічного альянсу або планує певну диверсифікацію. За відсутності таких тенденцій використання подібних стратегій для взаємодії з постачальниками взагалі є неможливим.

Окрім того, на нашу думку, в умовах мінливості зовнішнього середовища розробляти саме стратегічні плани із взаємодії з конкретними постачальниками, які не є виробниками певної продукції, для роздрібних торговельних підприємств узагалі є недоречним, особливо в національних умовах розгалуженості ланок доведення товару від виробника до кінцевого споживача. Відповідно, більш доцільним, виходячи з указаних вище умов, є розроблення певного набору альтернативних політик взаємодії з постачальниками з подальшим вибором однієї з них залежно від характеристики постачальника. Для цього доцільно розглянути розроблену в теорії піраміду класифікації постачальників, приведену на рис. 5.

На жаль, у роботі автором узагалі не сформульовано не тільки критерії, за якими кожен із постачальників має позиціонуватися на тому чи іншому рівні піраміди, навіть не надано точні формулювання кожного з рівнів. Очевидно, що найвищий рівень – референтні постачальники – має акумулювати ту їхню частину, яка є для підприємства найбільш значущою, принаймні виходячи із самого терміна «референтність» (який уперше був застосований у психології американським психологом Дж. Хайменом та трактувався як певна якість суб'єкта, що визначається ступенем його значущості для іншого суб'єкта або групи суб'єктів, у тому числі й таке, що виступає

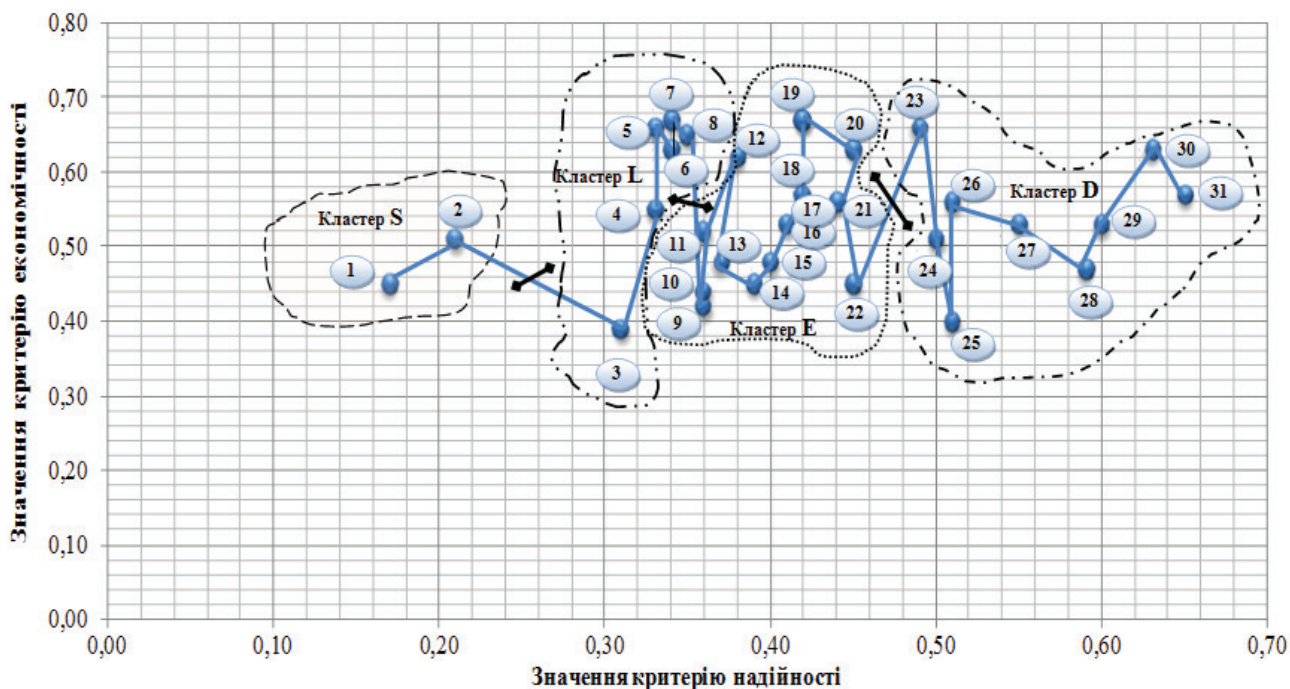


Рис. 4. Остонове дерево кластеризації постачальників ТОВ «Укрпродукт»

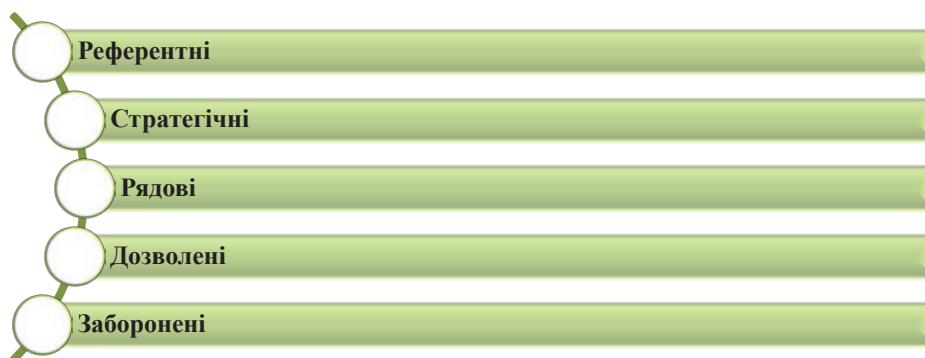


Рис. 5. Класифікації постачальників

Джерело: [4]

фактором персоналізації) [5]. Однак за умов такої трактовки (а іншої, виходячи з використовуваного терміна, бути не може) незрозумілим залишається питання: чим саме мають відрізнятися останній та передостанній рівні піраміди? Таким чином, на нашу думку, така піраміда має складатися з чотирьох рівнів, і, відповідно, всі постачальники мають розподілятися на чотири групи: референтні, рядові, дозволені та заборонені. Відповідно, піраміда політики взаємодії з постачальниками матиме такий вигляд (рис. 6).

Таким чином, керуючись побудованим остовним деревом, для досліджуваного підприємства ТОВ «Укрпродукт» рекомендованими будуть так (рис. 7).

Згідно із запропонованою матрицею, постачальникам кластера D має приділятися першочергова увага, оскільки вони забезпечують роздрібному підприємству отримання товарів, які передусім формують позитивний фінансовий результат та імідж роздрібного підприємства; з ними воно має прямувати до укладання довгострокових договорів про співробітництво і на них же має розраховувати роздрібне

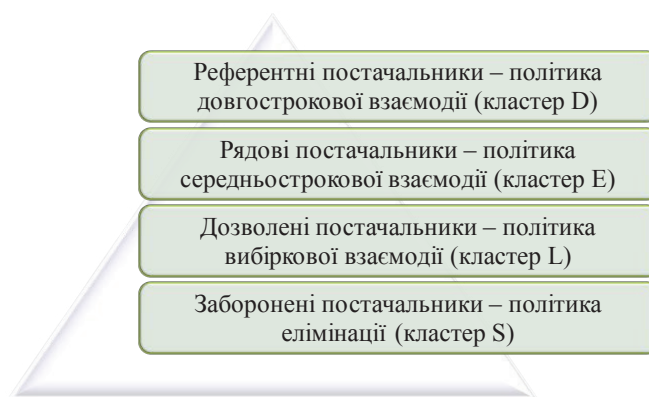


Рис. 6. Авторська піраміда класифікацій політики взаємодії з постачальниками



Рис. 7. Перелік рекомендованих типів політики взаємодії з постачальниками по товарній лінії «напої безалкогольні» ТОВ «Укрпродукт»



підприємство у разі стратегічної спрямованості та диверсифікацію діяльності та стратегічного партнерства; постачальники кластера Е менш «вигідні» із цього погляду, однак роздрібному підприємству доцільно проводити їх постійний моніторинг і шукати можливості для переведення їх у кластер D (як із погляду пошуку нових товарів, які вони можуть запропонувати, так і з погляду заключення договорів на більш вигідних умовах); відносини з постачальниками кластера L для роздрібного підприємства є доволі проблематичними з погляду ефективності, відповідно, договори з ними мають бути короткостроковими та лише по тих товарах, постачання яких не може бути здійснено

за допомогою залучення підприємств із перших двох кластерів; співробітництво з постачальниками кластера L має зводитися до мінімуму в короткостроковій перспективі, а в довгостроковій перспективі його необхідно уникати.

**Висновки.** Таким чином, запропонована система оцінки ефективності постачальників із погляду формування запасів товарів торговельного підприємства є дієвою та доцільною для використання, оскільки дає змогу провести кластеризацію постачальників за комплексною системою коефіцієнтів та на цій підставі рекомендувати торговельному підприємству певну політику взаємодії з кожним конкретним постачальником.

#### Список використаних джерел:

1. Жук О.І. Напрями оцінки ефективності маркетингової діяльності. *Вісник Академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України*. 2015. № 3-4. С. 61–65. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VAPSV\\_2015\\_3-4\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VAPSV_2015_3-4_13) (дата звернення: 14.11.2019).
2. Лиса С. Методичні підходи до оцінювання логістичних ланцюгів торговельних мереж. *Вісник КНТЕУ*. 2014. № 4. С. 56–63.
3. Усков О.Р. Моделювання процесів підтримки рішень вибору постачальника підприємства. *Логістика: теорія та практика*. 2012. № 2(3). С. 80–88.
4. Черепов В. Вибір постачальників товарів торговельним підприємством. *Товари і ринки*. 2016. № 1. С. 23–29.
5. Щурова З.С., Жиров О.Л. Автоматизація багатокритеріального вибору потенційного постачальника. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2016. № 13. С. 568–575.
6. Кондратюк Д.М. Оптимальний постачальник як чинник конкурентоспроможності підприємства. *Економіка. Управління. Інновації*. 2014. № 1. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2014\\_1\\_53](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2014_1_53) (дата звернення: 10.11.2019).
7. Ястремська О.М., Письмак В.О. Особливості ухвалення рішень про закупівлю та вибір постачальника в процесі інноваційної діяльності. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 2. С. 131–138.

#### References:

1. Zhuk O.I. (2015) Naprjamy ocinky efektyvnosti marketynghovoji dijalnosti [Areas of evaluation of the effectiveness of marketing activities] *Visnyk Akademiji praci i socialjnykh vidnosyn Federaciji profspilok Ukrainy* [Bulletin of the Academy of Labor and Social Relations of the Federation of Trade Unions of Ukraine]. (electronic journal), no. 3-4, pp. 61–65. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VAPSV\\_2015\\_3-4\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VAPSV_2015_3-4_13) (accessed: 14 November 2019).
2. Lysa S. (2014) Metodychni pidkhody do ocinjuvannja loghistrychnykh lancjughiv torghoveljnykh merezh [Methodical approaches to the evaluation of logistic chains of retail chains]. *Visnyk KNTEU*, no. 4, pp. 56–63.
3. Uskov O.R. (2012) Modeljuvannja procesiv pidtrymky rishenj vyboru postachaljnika pidpryjemstva. [Modeling of support of decisions of the choice of the enterprise supplier]. *Loghistyka: teorija ta praktyka*, no. 2(3), pp. 80–88.
4. Cherepov V. (2016) Vybir postachaljnnykh tovariv torghoveljnym pidpryjemstvom. [Selection of suppliers of goods by trading company]. *Tovary i rynky*, no.1, pp. 23–29.
5. Shhurova Z.S., Zhyrov O.L. (2016) Avtomatyzacija baghatokryterialnogho vyboru potencijnogho postachaljnika. [Automation of multi-criteria selection of potential supplier.] *Ekonomichnyj visnyk Nacionaljnogho tekhnichnogho universytetu Ukrainy «Kyjivskijj politekhnichnyj instytut»*, no. 13, pp. 568–575.
6. Kondratjuk D.M. (2014) Optymaljnij postachaljnnyk jak chynnyk konkurentospromozhnosti pidpryjemstva [Optimal supplier as a factor of enterprise competitiveness] *Ekonomika. Upravlinnja. Innovaciji* [Economy. Management. Innovation]. (electronic journal), no. 1. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2014\\_1\\_53](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2014_1_53) (accessed: 10.November 2019).
7. Jastremsjka O.M., Pysjmak V.O. (2012) Osoblyvosti ukhvalennja rishenj pro zakupivlju ta vybir postachaljnika v procesi innovacijnoji dijalnosti [Peculiarities of making purchasing decisions and choosing a supplier in the innovation process]. *Marketyngh i menedzhment innovacij*, no. 2. pp. 131–138.

### КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ С ПОСТАВЩИКАМИ

**Аннотация.** В работе предлагается комплексная система оценки эффективности работы с поставщиками с точки зрения формирования товарных запасов предприятия на основании построения остоного дерева кластеризации поставщиков. Ключевым вопросом организации работы с запасами товаров на предприятии является постоянная работа с поставщиками. Анализ эффективности сотрудничества с тем или иным поставщиком является предпосылкой эффективного формирования товарных запасов для любого предприятия, без выполнения которого вообще невозможно говорить о налаживании процесса управления запасами товаров. Соответственно, острым вопросом является оценка эффективности сотрудничества с определенным кругом поставщиков торгового предприятия, а логическим следствием является формирование определенной политики в отношении конкретных поставщиков. В статье также обоснован выбор конкретной политики взаимодействия с поставщиком и приведены результаты апробации разработанной системы на предприятии.

**Ключевые слова:** поставщик, товарный запас, эффективность, система коэффициентов, кластеризация, остоное дерево, политика взаимодействия с поставщиком.

### COMPLETE EVALUATION OF THE EFFICIENCY OF WORK WITH SUPPLIERS

**Summary.** The article proposes a comprehensive system for assessing the effectiveness of work with suppliers in terms of the formation of inventory of the enterprise based on the construction of a spanning tree of clustering of suppliers. The aim of the article is to develop a comprehensive system for assessing the performance of suppliers in terms of the completeness and feasibility of forming stocks of enterprise goods, followed by the choice of a policy for interaction with suppliers. Analysis of the effectiveness of cooperation with a particular supplier is a prerequisite for the effective formation of inventories for any

enterprise, without which it is generally impossible to talk about establishing a process for managing inventory of goods. Accordingly, an acute problem is the assessment of the effectiveness of cooperation with a certain circle of suppliers of a trading enterprise, and the logical consequence is the formation of a certain policy in relation to specific suppliers. For this purpose, all indicators that can characterize the effectiveness of working with a particular supplier for a particular trading company are divided into two large groups: a group that will characterize the reliability of the supplier, and a group that will characterize its profitability. By the term "economy" we mean the impact of cooperation with a particular supplier on the financial results of the company under study from the sale of goods). The calculation of the proposed methodology was carried out on the example of a study of suppliers on the product line «Soft drinks» LLC «Ukrproduct». When calculating the arithmetic average, the value of the supplier's reliability coefficient was obtained separately, and the profitability coefficient - separately. The procedure for clustering suppliers in accordance with the principle of building a spanning tree is as follows: first, a segment is selected between two points on the graph whose length is the longest. Thus, the entire data set is grouped into certain parts, which, according to the recommendations for using this method, should be from three to six. A system for evaluating the effectiveness of suppliers from the point of view of forming stocks of goods of a trading company is proposed, it is effective and suitable for use, since it allows clustering of suppliers according to a complex system of coefficients, and on this basis I recommend a trading company a specific policy for interacting with each specific supplier.

**Key words:** supplier, inventory, efficiency, coefficient system, clustering, spanning tree, supplier interaction policy.

УДК 336.7

DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-28-46>

**Рубанов П. М.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри фінансів та підприємництва  
Сумського державного університету*

**Rubanov Pavlo**

*PhD in Economics, Associate Professor,  
Department of Finance and Entrepreneurship  
Sumy State University*

## АНАЛІЗ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ КРИПТОВАЛЮТ

**Анотація.** Статтю присвячено дослідженню фінансових аспектів сталого розвитку світової економіки. Визначено пріоритетні напрями розвитку ринку криптовалют та застосування технології блокчейн. Розглянуто динаміку капіталізації основних криптовалют та визначено лідери даного ринку за рівнем капіталізації. Надано характеристику найвідоміших криптовалют, зокрема Litecoin, Peercoin, Ripple, Stellar Lumens, Nxt, BitShares, Dash, Dogecoin, Ethereum. Проведено порівняльний аналіз технологічних та функціональних характеристик основних криптовалют, розглянуто їх спільні та відмінні риси за ознаками мети створення, максимального обсягу емісії та технічних параметрів їх емісії й обігу (рівень децентралізації, методи хешування і алгоритми захисту даних, час генерації нового блоку). Визначено основні переваги нових криптовалют порівняно з біткоїном, досліджено еволюцію їх виникнення та умов застосування.

**Ключові слова:** криптовалюта, віртуальна валюта, біткоїн, блокчейн, хешування, ринкова капіталізація.

**Вступ та постановка проблеми.** Після появи біткоїна у 2009 р. у світовій науковій думці не сформувалося єдиного ставлення до криптовалют. На думку одних, біткоїн став валютою майбутнього, що якнайкраще уособлює децентралізовану, незалежну від регуляторного впливу валюту і функціонує виключно у віртуальному просторі. Інші ж поставилися до біткоїна скептично, не вважаючи його грошима, платіжними засобами чи валютними цінностями, а відносячи до категорії «фішок» або «токенів», які можуть виступити заміниками традиційних грошей на певних етапах здійснення фінансових операцій. Незважаючи на дискусійність та неоднозначність біткоїна, у 2011 р. почали з'являтися нові криптовалюти, засновані на аналогічних до біткоїна принципах, хоча й мали певні відмінності від нього та були спробами удосконалення першої криптовалюти. Капіталізація ринку криптовалют сьогодні свідчить про стійкий інтерес до них. Тим не менше роль криптовалют у світовій економіці

залишається невизначеною. Вивчення динаміки розвитку даного ринку, основних характеристик та принципів, на яких базується використання криптовалют, є важливим етапом у визначенні їхньої економічної сутності, встановлення правової основи їх обігу і прогнозування майбутніх тенденцій розвитку даного ринку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Наукові роботи, присвячені вивченню криптовалют, мають переважно фрагментарний характер та найчастіше обмежуються аналізом технології блокчейн та біткоїна як основної криптовалюти. Зокрема, дослідження окремих аспектів функціонування ринку криптовалют здійснювали такі вітчизняні і зарубіжні науковці, як М. Абрамович, Д. Алєн, Б. Бернанке, А. Глибовець, А. Грінспен, Дж. Діббел, Дж. Елліот, Д. Єрмак, Г. Карчева, Т. Кім, Т. Ковальчук, В. Кравчук, В. Лук'янов, Д. Науменко, Дж. Потс, О. Сльозко, Я. Суровицький, М. Швайк, Р. Шульц та ін.

**Метою** даної роботи є проведення аналізу поточного стану ринку криптовалют, дослідження основних видів криптовалют, особливостей їх емісії та обігу.

#### Результати дослідження.

Першою криптовалютою, що виникла у 2009 р., був біткоїн (Bitcoin – BTC). В основу його функціонування покладений механізм блокчейн та технологія захисту даних proof-of-work (PoW). За рахунок технології блокчейн історія всіх проведених транзакцій із криптовалютою зберігається на всіх комп'ютерах, задіяних у системі, а всі записи в блоках про транзакції пов'язані так, що кожен наступний блок містить посилання на попередній – хешування. Таким чином, уся база даних про транзакції є децентралізованою і розподіленою між учасниками мережі. Proof-of-work – доказ виконаної роботи – є одночасно принципом захисту розподілених систем та принципом створення нових біткоїнів (майнінгу). Він ґрунтується на необхідності виконувати певну складну і тривалу роботу (PoW-задачі) стороною-ініціатором, яка може швидко і легко перевіритися іншою стороною. Майнінг нових біткоїнів може здійснюватися будь-яким користувачем системи, який надає у використання потужності свого комп'ютера для проведення складних обчислень [1; 2]. Таким чином, чим потужнішим обладнанням володіє користувач, тим більше шансів він має для майнінгу біткоїнів. У цьому полягає один із недоліків біткоїна – його висока енергозатратність. Слід зауважити, що максимальний обсяг емісії біткоїнів закладений в алгоритмі його створення і обмежений 21 млн. криптомонет [1].

Тривалий час біткоїн був єдиною криптовалютою, але розуміння нових можливостей, створюваних практичним упровадженням технології блокчейн, та наявність недоліків у самого біткоїна як першої криптовалюти сприяли створенню нових криптовалют для певного вдосконалення біткоїна, а також більш широкого використання блокчейна, яке не обмежувалося створенням нових платіжних систем. У період 2014–2016 рр. найвідомішими та найбільш капіталізованими світовими криптовалютами, крім біткоїна, були Litecoin, Peercoin, Ripple, Stellar Lumens, Nxt, Dogecoin, Dash, BitShares, Ethereum та ін. Ринкова капіталізація біткоїна серед усіх існуючих криптовалют протягом усього періоду функціонування ринку криптовалют залишається найвищою, станом на початок 2016 р. вона становила майже 6,5 млрд. доларів. До 2017 р. частка біткоїна в ринковій капіталізації ринку криптовалют перевищувала 90%, зокрема у 2014 р. вона становила близько 96%, у 2016 р. – близько 93% (табл. 1).

Наступною криптовалютою, яка з'явилася у розвиток біткоїна у 2011 р., був лайткоїн (Litecoin). Як і біткоїн,

ця криптовалюта заснована на криптографічному методі і технології блокчейн, але водночас має відмінності у використовуваній функції знаходження хеша (script замість SHA-256), методах підтвердження виконання роботи (PoW) тощо. За рахунок цього в Litecoin забезпечені такі переваги порівняно з біткоїном: швидша генерація нових блоків (2,5 хвилини, у біткоїна – 10 хвилин) і верифікація транзакцій (транзакція вважається завершеною після шести блоків), вища стійкість до загрози подвійного витрачання, більший обсяг максимальної кількості криптомонет в обігу (84 млн) [4].

Якщо Litecoin за принципами майнінгу та використання є дуже подібною до біткоїна, то розробники криптовалюти Peercoin (PPCoin, PPC) використали гібридну систему її емісії, поєднавши відомий метод proof-of-work із новим методом proof-of-stake. Proof-of-stake (PoS – підтвердження частки володіння) є методом захисту, за якого ймовірність генерації користувачем нового блоку пропорційна частці розрахункових одиниць криптовалюти, що йому належать, у загальному їх обсязі. Отже, користувач, який володіє 1% Peercoin, зможе генерувати лише 1% усіх блоків. Цей підхід мінімізує ризик «атаки 51%» і подвійного витрачання, оскільки здорожує вартість монополізації майнінгу та ускладнює акумуляцію більше половини Peercoin у однієї особи. Крім того, генерація блоків через proof-of-stake не створює додаткового навантаження на процесор, зменшуючи витрати енергії.

Ще однією особливістю Peercoin є відсутність максимального обсягу емісії, єдине обмеження полягає у щорічному прирості кількості цієї криптовалюти на 1%.

Таким чином, порівняно з біткоїном і використанням у його основі методом proof-of-work криптовалюта Peercoin має необмежені масштаби емісії, є енергетично ефективнішою та за рахунок методу proof-of-stake може зберігати децентралізацію і розподілення даних між користувачами [5].

Розвиток криптовалют характеризувався не тільки їх створенням і використанням як самостійних платіжних інструментів, а й був зумовлений їх застосуванням як допоміжних валют у різноманітних онлайн-платформах. Наприклад, у мережі Ripple, створеній з метою обміну валют, проведення розрахунків та інших фінансових операцій між учасниками системи в режимі реального часу як допоміжна валюта (bridge currency) використовується криптовалюта Ripple (XRP). Таким чином, забезпечується обмін валют, між якими не встановлено прямих котирувань у певний момент часу. Специфікою криптовалюти Ripple є проведення попередньої емісії – під час її впровадження було випущено 100 млрд. криптомонет, збільшити кількість яких неможливо, проте вони є подільними [6].

Таблиця 1

Ринкова капіталізація найпоширеніших криптовалют у 2014–2016 рр., млн доларів

Назва	01.01.2014	01.07.2014	01.01.2015	01.07.2015	01.01.2016
Bitcoin (BTC)	10543,0	8235,6	3856,2	3749,1	6488,0
Ripple (XRP)	218,7	24,0	656,7	334,1	203,0
Litecoin (LTC)	617,4	216,4	74,8	166,6	153,2
Ethereum (ETH)	x	x	x	x	72,4
Dash (DASH)	x	31,1	8,5	17,1	19,8
Dogecoin (DOGE)	6,4	19,2	16,1	19,1	15,1
Peercoin (PPC)	151,6	33,6	11,1	11,4	9,8
BitShares (BTS)	x	x	36,1	16,7	8,7
Stellar Lumens (XLM)	x	x	16,1	15,6	8,4
Nxt (NXT)	60,5	53,5	17,4	12,9	7,3

Джерело: складено за [3]

Ураховуючи особливості використання криптовалюти Ripple, основними її перевагами порівняно з біткойном є високий рівень захисту та проведення операцій у режимі реального часу. Відомо, що до роботи з криптовалютою Ripple користувачами було висунуто низку претензій, що призвело до падіння вартості цієї криптовалюти. Основні зауваження стосувалися закритості криптовалюти, високого рівня централізації платформи Ripple та управління комерційною компанією Ripple Labs, орієнтованою на отримання прибутку. Вирішенням зазначеної проблеми стало відокремлення від Ripple нової платформи для валютних операцій – Stellar і створення відповідної криптовалюти. Основною метою такої реорганізації було створення нової платформи на базі некомерційного, неакціонерного фонду та забезпечення відкритості програмної реалізації платформи.

Початково платформа Stellar працювала з використанням аналогічного до платформи Ripple протоколу, але в 2015 р. був запущений власний протокол для роботи платформи Stellar, а її криптовалюта була перейменована в Lumen. Організатори платформи Stellar створили максимальні умови для виключення спекулятивного складника використання криптовалюти Lumen. Передбачено, що 25% усіх люменів повинні володіти неприбуткові організації. Особи, які володіють великою сумою люменів, не можуть їх продавати протягом п'яти років. Окрім того, було передбачено щорічне зростання кількості люменів на 1% у рік [7]. Порівняно з біткойном Stellar Lumens володіє усіма перевагами криптовалюти Ripple та має разом із тим поліпшені характеристики децентралізації системи і вищий рівень захищеності.

Іншим прикладом криптографічної платформи, функціонування якої ґрунтується на застосуванні технології блокчейн, є платформа Nxt, створена у листопаді 2013 р. Її призначення полягає у запуску захищених децентралізованих додатків, які забезпечують функціонування електронних платіжних систем, торговельних майданчиків, месенджерів тощо. Ця криптоплатформа має власну криптовалюту для проведення внутрішніх розрахунків з одноіменною назвою Nxt (NXT) [8]. Переваги криптовалюти Nxt порівняно з біткойном визначаються перевагами використовуваного методу захисту даних proof-of-stake, а саме можливість роботи на невеликій потужності, високий рівень захисту від ризику подвійного витрачання коштів. Окрім того, використання криптовалюти Nxt дає змогу здійснювати автоматичне повернення коштів на рахунок за відсутності підтверджень транзакції; дає можливість використовувати інші криптовалюти і токени, що підтримуються платформою Nxt.

Іншим прикладом платформи, функціонування якої засноване на технології блокчейн і використанні криптовалюти, є BitShares – програмне забезпечення, що використовується для запуску децентралізованих автономних компаній. На відміну від інших криптовалют, криптовалюта BitShare (BTS) заявлена розробниками не як платіжний засіб, а як корпоративні права децентралізованих автономних компаній. У результаті ринкова ціна BitShares є плаваючою і може бути такою ж волатильною, як і на будь-які інші цінні папери. Незважаючи на це, BitShares можуть використовуватися як забезпечення у фінансових смарт-контрактах [9].

Нові криптовалюти створюються не тільки як похідні від біткойна, а й можуть мати у своїй основі іншу криптовалюту. Наприклад, криптовалюта Dogecoin була створена наприкінці 2013 р. на основі Luskcoin, в якій, своєю чергою, було використано криптовалюту Litecoin. Таким чином, більшість характеристик емісії й обігу криптовалюти Dogecoin співпадає з криптовалютою-попередником Litecoin, зокрема в обох використовується метод захисту proof-of-work із технологією хешування scrupit.

Від інших криптовалют Dogecoin відрізняється швидким періодом початкового майнінгу. Час генерації нового блоку в Dogecoin становить лише одну хвилину, що у 2,5 рази швидше, ніж у Litecoin, та у 10 разів швидше порівняно з біткойном. Під час запровадження Dogecoin була заявлена максимальна емісія в 100 млрд. криптомонет, але в подальшому деякі умови обігу Dogecoin були змінені: зафіксований обсяг нагороди за створення нового блоку, обсяг емісії став необмежений, для захисту від мультипулів і монополізації майнінгу використовується алгоритм DigiShield [10].

Створення деяких криптовалют було пов'язано з бажанням максимізувати певні переваги, які має біткойн чи інша криптовалюта. Так, наприклад, біткойн забезпечує анонімність транзакцій за рахунок використання логінів користувачів системи замість справжніх імен. Проте, ідентифікувавши користувача, можна відслідкувати всю історію його транзакцій, оскільки вона зберігається на всіх комп'ютерах у розподіленій мережі. У криптовалюті Dash (початково створювалася як XCoin та Darkcoin) використовується механізм PrivateSend, щоб зробити транзакції анонімними [11].

Порівняно молодшою серед досліджуваних криптовалют є Ether (eфір). Це криптовалюта, створена для обслуговування платформи Ethereum. Проте на відміну від інших криптовалют роль Ether не обмежена виключно платіжними операціями, а може використовуватися для реєстрації угод з активами чи обміну ресурсами. Розробники цієї криптовалюти називають Ether криптопаливом для виконання смарт-контрактів в одноранговій мережі.

Популярність Ether зумовлена інноваційністю та перспективністю самої платформи Ethereum, створеної з метою запуску децентралізованих онлайн-сервісів та поширення технології блокчейн у різних сферах діяльності. Технологія, що використовується в Ethereum, дає змогу проводити реєстрацію будь-яких угод із будь-якими активами на основі розподіленої бази контрактів без застосування традиційних юридичних процедур (технологія «розумних контрактів») [12].

Результати проведеного дослідження характеристик криптовалют, що виникли та досягли найвищих показників ринкової капіталізації протягом 2014–2016 рр., узагальнено представимо в табл. 2.

Протягом 2016–2018 рр. світовий криптовалютний ринок розвивався дуже стрімко і характеризувався появою великої кількості нових криптовалют. На початок 2019 р. їх кількість досягла 2 тис. різновидів. При цьому кон'юнктура ринку криптовалют дещо змінилася. Дві криптовалюти – Ethereum та Ripple – за своєю капіталізацією зайняли близько десятої частки ринку і створили конкуренцію навіть біткойну. Деякі з криптовалют, що мали порівняно високу капіталізацію і користувалися попитом на криптобіржах на етапі становлення ринку, вибули або втратили свої позиції, натомість з'явилися нові токени і криптовалюти. Сам біткойн також зазнав трансформації. На початку січня 2017 р. він розділився на Bitcoin та Bitcoin-Cash, а в листопаді 2018 р. з'явився ще один хардфорк біткойна – Bitcoin SV (BSV), що має у своїй назві аббревіатуру SV – Satoshi vision. Структуру криптовалютного ринку за рівнем капіталізації на початок 2019 р. представлено на рис. 1.

Як засвідчують дані рис. 1, станом на 1 січня 2019 р. біткойн продовжує займати домінуючу позицію на ринку криптовалют, проте порівняно з 2014–2016 рр. значимими є позиції й інших криптовалют, що досягли високого рівня

Таблиця 2

Порівняльний аналіз криптовалют, що мали найвищі показники ринкової капіталізації протягом 2014–2016 рр.

Назва криптовалюти	Дата створення	Мета створення	Технічні характеристики емісії і обігу	Максимальний обсяг емісії
Bitcoin (BTC)	03.01.2009	Платіжна система	Децентралізована; використовується хешування SHA-256; технологія PoW; час генерації нового блоку – 10 хвилин	21 млн
Ripple (XRP)	01.07.2013	Обмін валют, розрахунки, грошові перекази	Переважно децентралізована; додаткова емісія неможлива; проведення операцій майже миттєве; необхідний обліковий запис	100 млрд – створені під час запуску Ripple
Litecoin (LTC)	08.10.2011	Платіжна система	Децентралізована; використовується хешування Scrypt; технологія PoW; час генерації нового блоку – 2,5 хвилини	84 млн
Ethereum / Ether (ETH)	30.07.2015	Крипто платформа для децентралізованих онлайн сервісів	Децентралізована; використовується хешування Ethash; технологія PoW; час генерації нового блоку – 15 секунд	Необмежений
Dash (DASH)	19.01.2014	Платіжна система	Децентралізована; використовується комбінація декількох алгоритмів хешування (x11); висока анонімність транзакцій; час генерації нового блоку – 2,5 хвилини	Близько 18,9 млн
Dogecoin (DOGE)	08.12.2013	Платіжна система	Децентралізована; використовується хешування Scrypt; технологія PoW; час генерації нового блоку – 1 хвилина	Необмежений
Peercoin (PPC)	19.08.2012	Платіжна система	Переважно децентралізована; використовується хешування SHA-256; технології PoW і PoS; час генерації нового блоку близько 10 хвилин	Відсутнє жорстке обмеження; річний приріст емісії 1%
BitShares (BTS)	21.07.2014	Платформа для децентралізованих автономних компаній	Децентралізована; використовується технологія DPOS; час генерації нового блоку – близько 10 секунд	3,6 млрд
Stellar Lumens (XLM)	05.08.2014	Обмін валют, розрахунки, грошові перекази	Децентралізована; проведення операцій майже миттєве; заснована на протоколі Ripple, у 2015 році змінено на відкритий протокол Stellar	100 млрд – створені при запуску Stellar, передбачено зростання на 1% у рік
Nxt (NXT)	24.11.2013	Крипто платформа	Децентралізована; використовується хешування SHA-256; технологія PoS	1 млрд, 100% попередня емісія

Джерело: складено автором на основі [1; 4–13]

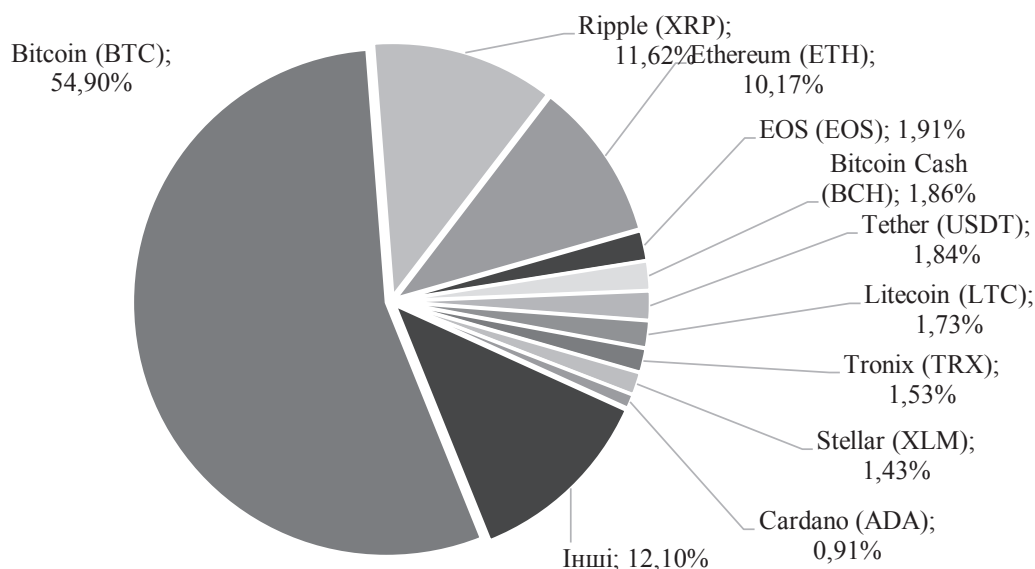


Рис. 1. Структура ринку криптовалют за рівнем капіталізації станом на 01.01.2019, %

Джерело: складено за [14]

капіталізації. Продовжують зберігати позиції в десятці найкапіталізованіших криптовалют Ethereum, Stellar, Ripple та Litecoin. Окрім зазначених криптовалют, серед лідерів криптовалютного ринку з'явилося багато порівняно нових криптовалют, серед яких – Tether, EOS, Tronix, Cardano, Monero та ін.

**Висновки.** Успіх біткоїна сприяв появі великої кількості нових криптовалют. В основу їх функціонування покладений спільний принцип шифрування даних і створення ланцюгів записів про транзакції – блокчейн. Поряд із тим криптовалюти мають відмінності як технологічного, так і функціонального характеру. Значна частина

криптовалют виникла як допоміжна валюта в децентралізованих криптоплатформах (Ripple, Stellar Lumens, Nxt, Ethereum, BitShares). Інші ж криптовалюти створювалися виключно як платіжні засоби (Bitcoin, Litecoin, Peercoin, Dash, Dogecoin). Удосконалення технологічних харак-

теристик криптовалют призвело до виникнення великої кількості їхніх видів, що використовують різні методи хешування й алгоритми захисту даних, відрізняються часом генерування нових блоків, максимальним обсягом емісії та іншими параметрами.

#### Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт Bitcoin. URL : <https://bitcoin.com> (дата звернення: 19.10.2019).
2. Yermack D. Is Bitcoin a real currency? *Working Paper; National Bureau of Economic Research*. 2013. URL : <http://www.nber.org/papers/w19747.pdf> (дата звернення: 19.10.2019).
3. Cryptocurrency Market Capitalizations. URL : <https://coinmarketcap.com/> (дата звернення: 19.10.2019).
4. Офіційний сайт Litecoin. URL : <https://litecoin.com/> (дата звернення: 19.10.2019).
5. Офіційний сайт Peercoin. URL : <https://peercoin.net/> (дата звернення: 19.10.2019).
6. Офіційний сайт XRP – Ripple. URL : <https://ripple.com/xrp/> (дата звернення: 19.10.2019).
7. Офіційний сайт Lumens – Stellar. URL : <https://www.stellar.org/lumens/> (дата звернення: 19.10.2019).
8. Офіційний сайт Nxt – The Blockchain Application Platform. URL : <https://nxtplatform.org/> (дата звернення: 19.10.2019).
9. Офіційний сайт BitShares. URL : <https://bitshares.org/> (дата звернення: 19.10.2019).
10. Офіційний сайт Dogecoin. URL : <http://dogecoin.com/> (дата звернення: 19.10.2019).
11. Офіційний сайт Dash Crypto Currency. URL : <https://www.dash.org/> (дата звернення: 19.10.2019).
12. Офіційний сайт Ethereum Project. URL : <https://www.ethereum.org/> (дата звернення: 19.10.2019).
13. Cryptocoin.cc. URL : <http://cryptocoin.cc/> (дата звернення: 19.10.2019).
14. Total Market Capitalization Dominance. URL : <https://www.tradingview.com/markets/cryptocurrencies/global-charts/> (дата звернення: 19.10.2019).

#### References:

1. The Official Website of Bitcoin. Available at: <https://bitcoin.com> (accessed 19 October 2019).
2. Yermack D. Is Bitcoin a real currency? *Working Paper, National Bureau of Economic Research*. 2013. Available at: <http://www.nber.org/papers/w19747.pdf> (accessed 19 October 2019).
3. Cryptocurrency Market Capitalizations. Available at: <https://coinmarketcap.com/> (accessed 19 October 2019).
4. The Official Website of Litecoin. Available at: <https://litecoin.com/> (accessed 19 October 2019).
5. The Official Website of Peercoin. Available at: <https://peercoin.net/> (accessed 19 October 2019).
6. The Official Website of XRP – Ripple. Available at: <https://ripple.com/xrp/> (accessed 19 October 2019).
7. The Official Website of Lumens – Stellar. Available at: <https://www.stellar.org/lumens/> (accessed 19 October 2019).
8. The Official Website of Nxt – The Blockchain Application Platform. Available at: <https://nxtplatform.org/> (accessed 19 October 2019).
9. The Official Website of BitShares. Available at: <https://bitshares.org/> (accessed 19 October 2019).
10. The Official Website of Dogecoin. Available at: <http://dogecoin.com/> (accessed 19 October 2019).
11. The Official Website of Dash Crypto Currency. Available at: <https://www.dash.org/> (accessed 19 October 2019).
12. The Official Website of Ethereum Project. Available at: <https://www.ethereum.org/> (accessed 19 October 2019).
13. Cryptocoin.cc. Available at: <http://cryptocoin.cc/> (accessed 19 October 2019).
14. Total Market Capitalization Dominance. Available at: <https://www.tradingview.com/markets/cryptocurrencies/global-charts/> (accessed 19 October 2019).

### АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО РЫНКА КРИПТОВАЛЮТ

**Аннотация.** В статье проведен анализ основных характеристик биткоина как первой криптовалюты, исследованы особенности дальнейшего развития рынка криптовалют и применения технологии блокчейн. Рассмотрена динамика капитализации основных криптовалют и определены лидеры данного рынка по уровню капитализации. Дана характеристика самых известных криптовалют, в частности Litecoin, Peercoin, Ripple, Stellar Lumens, Nxt, BitShares, Dash, Dogecoin, Ethereum. Проведен сравнительный анализ технологических и функциональных характеристик основных криптовалют, рассмотрены их общие и отличительные черты по признакам цели создания, максимального объема эмиссии, технических параметров их эмиссии и обращения (уровень децентрализации, методы хеширования и алгоритмы защиты данных, время генерации нового блока). Определены основные преимущества новых криптовалют по сравнению с биткоином, исследована эволюция их возникновения и условия применения.

**Ключевые слова:** криптовалюта, виртуальная валюта, биткоин, блокчейн, хеширование, рыночная капитализация.

### ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT OF THE WORLD CRYPTOCURRENCY MARKET

**Summary.** For a long time, bitcoin was the only cryptocurrency, but understanding the new opportunities created by the practical implementation of blockchain technology and the disadvantages of bitcoin as the first cryptocurrency contributed to the creation of new cryptocurrencies for a certain improvement of bitcoin, as well as more widespread use of the blockchain. The article provides a general description of the blockchain mechanism and the technology of data protection «proof-of-work». The article analyzes the main characteristics of bitcoin as the first cryptocurrency, explores the features of the further development of the cryptocurrency market and the application of the blockchain technology. The dynamics of capitalization of the main cryptocurrencies is analyzed and the leaders of this market by the level of capitalization are determined. The article presents the characteristics of the most capitalized cryptocurrencies in 2014-2016, in particular Litecoin, Peercoin, Ripple, Stellar Lumens, Nxt, BitShares, Dash, Dogecoin, Ethereum. A comparative analysis of the technological and functional characteristics of the main cryptocurrencies is considered, their common and distinctive features are described based on the purpose of creation, the maximum volume of emission and technical parameters of their emission and circulation (level of decentralization, methods of hashing and data protection algorithms, time of generation of a new block). The main directions of use of cryptocurrencies and the reasons for their creation are the payment systems maintenance; servicing crypto platforms for providing decentralized online services; servicing

crypto platforms for decentralized autonomous companies; use for payments, currency exchange, cash payments and more. Changes in the structure of the cryptocurrency market during 2016-2018 are considered and the market leaders at the beginning of 2019, including new cryptocurrencies (Tether, EOS, Tronix, Cardano, Monero) are identified. The main advantages of new cryptocurrencies in comparison with bitcoin are determined, the evolution of their occurrence and application are investigated.

**Key words:** cryptocurrency, virtual currency, bitcoin, blockchain, hashing, market capitalization.

УДК 316.47:331.1

DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-28-47>

**Рудик О. А.**

*здобувач наукового ступеню кандидата економічних наук  
Хмельницького національного університету*

**Rudyk Oleh**

*Competitor of Scientific Degree  
PhD in Economics  
Khmelnytsky National University*

## МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ МЕХАНІЗМУ РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН У ПІДВИЩЕННІ ЯКОСТІ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ

**Анотація.** Статтю присвячено обґрунтуванню методичного інструментарію функціонування механізму державного регулювання соціально-трудових відносин у підвищенні якості життя населення. У процесі дослідження обґрунтовано роль держави у регулюванні соціально-трудових відносин. Досліджено та охарактеризовано основні методи механізму державного регулювання соціально-трудових відносин. Наведено класифікацію інститутів соціально-трудових відносин як складової частини механізму державного регулювання. Охарактеризовано склад та представлено класифікацію інструментів регулювання соціально-трудових відносин, які можуть застосовуватися в ході реалізації механізму. Обґрунтовано розподіл методичного інструментарію та функціонального призначення механізму державного регулювання соціально-трудових відносин за рівнями втілення.

**Ключові слова:** соціально-трудові відносини, державне регулювання, механізм, методи, інструменти, інститути.

**Вступ та постановка проблеми.** Розвиток соціально-трудової сфери країни та соціально-трудових відносин – одна з основних умов підвищення ефективності використання наявного людського капіталу та нарощування людського потенціалу, а отже, й один із найважливіших чинників стабільного соціально-економічного розвитку. Оскільки функціонування і розвиток соціально-трудових відносин (СТВ) мають інституційне оформлення, тобто передбачають створення інститутів як стійких норм, правил, процедур і організаційних механізмів, що регламентують взаємодію найманих працівників, роботодавців та держави у соціально-трудовій сфері, то вони потребують державного регулювання. Саме від побудови механізму державного регулювання соціально-трудових відносин залежить як їх поточне функціонування, так і вектори подальшого розвитку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання формування сучасного механізму державного регулювання соціально-трудових відносин активно досліджується у вітчизняних наукових колах упродовж останнього десятиріччя, однак при цьому основна увага науковців зосереджується саме на нормативно-правовому його складнику, тоді як інші питання залишаються малодослідженими. У цьому контексті особливого значення набуває розбудова ефективного механізму державного регулювання соціально-трудових відносин у підвищенні якості життя населення на основі поглибленого обґрунтування регулятивних процесів та методів на сучасному етапі розвитку економіки.

**Метою** даної роботи є обґрунтування методичного інструментарію функціонування механізму державного

регулювання соціально-трудових відносин у підвищенні якості життя населення.

### **Результати дослідження.**

Ураховуючи покладені на державу завдання з оцінки як короткострокових, так і довгострокових тенденцій соціально-економічного розвитку, а також можливості більш комплексно і зважено підійти до регулювання соціально-економічних процесів з урахуванням національних інтересів, саме на неї покладається завдання з формування ефективного механізму соціально-трудових відносин з оптимальним поєднанням різних ринкових і неринкових важелів із метою пом'якшення впливу негативних чинників, перш за все у сфері соціального захисту індівідів, а також на безробітних та інші найуразливіші прошарки населення [1, с. 149].

Роль держави у регулюванні соціально-трудових відносин досліджується у працях багатьох науковців, погляди яких можна звести до двох основних напрямів:

- максимальна децентралізація регулювання, перенесення основних його заходів на рівень виробничих систем, значне обмеження державного втручання;
- активне втручання держави у соціально-трудову сферу, у тому числі й у сфері соціально-трудових відносин окремих роботодавців.

Водночас представники всіх економічних шкіл та течій повністю чи з певними застереженнями підтримують тезу про масштабність та багатовекторність ролі держави у формуванні соціально-економічної політики [2, с. 128].

Усе різноманіття предметів регулювання соціально-трудо-  
вих відносин у науковій літературі зводять до трьох груп:

- 1) регулювання сфери зайнятості;
- 2) регулювання соціально-трудо-вих відносин, пов'язаних з організацією й ефективністю праці;
- 3) регулювання питань оплати праці і соціально-трудо-вих відносин, які виникають із приводу винагороди за працю [3, с. 49].

Водночас державне регулювання припускає створення і використання комплексу інституційних та економічних умов, організаційних і нормативно-правових механізмів, які дають змогу здійснити цілеспрямований вплив на динаміку основних параметрів соціально-трудо-вої сфери та забезпечити підвищення якості життя населення.

Регулююча роль держави у СТВ полягає ще й у тому, що вона створює засоби контролю над установленими правилами: різного роду інспекції, органи, які приймають скарги, розглядають суперечки та конфлікти учасників тощо. Ці організації виступають як цілком самостійні суб'єкти ринку праці, хоча й діють від імені держави [4].

Отже, державне регулювання соціально-трудо-вих відносин покликане здійснювати вплив як на роботодавців, так і на індивідів. При цьому основна мета впливу – це забезпечення максимального повного й ефективного розкриття та використання наявного людського капіталу, сприяння соціальному розвитку та нарощуванню людського потенціалу держави у цілому та її окремих територій (регіонів, територіальних громад, населених пунктів) залежно від рівня, на якому він здійснюється.

Реалізація функцій механізму державного регулювання соціально-трудо-вих відносин потребує застосування певних методів. У наукових працях вітчизняних та зарубіжних науковців у розгорнутому вигляді проаналізовано методи регулювання соціально-трудо-вих відносин, які використовуються в економіці ринкового типу. Серед останніх виокремлюють програмно-цільові, адміністративно-розпорядчі, організаційно-впорядкувальні, договірні, економічні, погоджувально-арбітражні, посередницькі, примирні, партисипативні тощо (рис. 1).

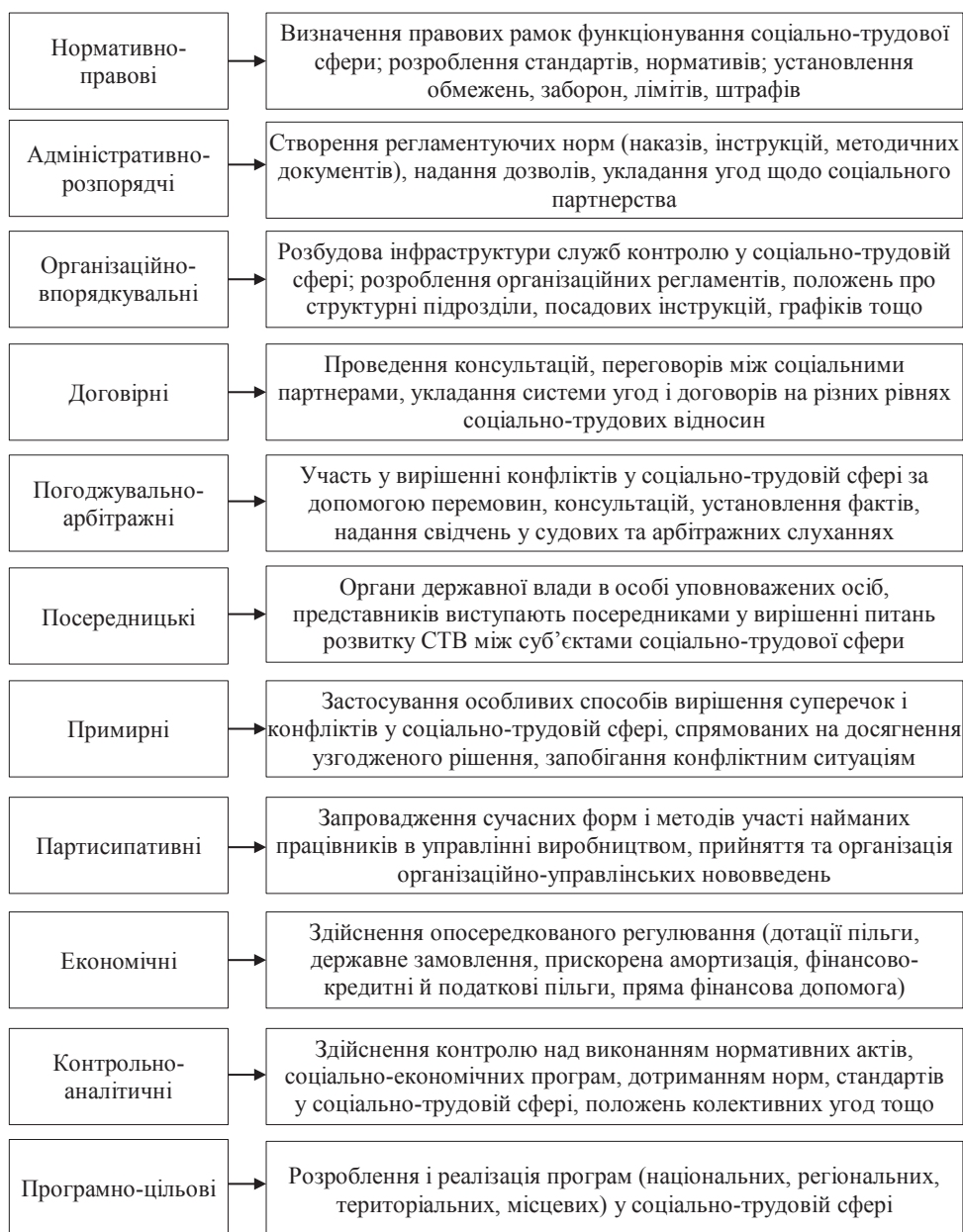


Рис. 1. Методи державного регулювання соціально-трудо-вих відносин



Найбільшу увагу сучасних дослідників привертає соціальне партнерство як метод регулювання соціально-трудових відносин. Соціальне партнерство сьогодні розглядається й як один із найважливіших принципів розбудови соціально-трудових відносин в організаціях і в господарському середовищі, оскільки визначає необхідність взаємодії всіх чинників забезпечення добробуту і розвитку суспільства з урахуванням інтересів не лише власників бізнесу, а й усіх учасників, на яких здійснює вплив діяльність організації.

У західній концепції соціального партнерства основу механізму його дії становлять три елементи:

- розвинута практика колективної взаємодії й уміння вести ділові перемовини з позицій представників певних соціально-економічних груп;

- етика договірних відносин, згідно з якою будь-який договір виконується і гарантом його виконання є вся адміністративно-правова система держави;

- високий рівень самоорганізації працівників і населення, що визначає їхню здатність формулювати свої інтереси й цілі, формувати представницькі органи, котрі відстоюють ці інтереси, і виробляти різноманітні форми соціального протесту, які дають змогу досягати своїх цілей [5, с. 30].

Натомість в Україні, хоча й повсюди наголошується на необхідності розвитку відносин соціального партнерства, реальних передумов для цього наразі не створено. Сучасна вітчизняна наукова думка базується на розгляді соціального партнерства як основного методу регулювання СТВ на рівні місцевого самоврядування, хоча й визнає, що його застосування наразі не є ефективним. Виходячи із цього, можемо говорити про те, що розвиток відносин соціального партнерства повинен мати місце у системі регулювання соціально-трудових відносин, однак не варто розглядати соціальне партнерство як основний метод.

Що стосується інструментів державного регулювання соціально-трудових відносин, то до їх числа передусім відносять усю сукупність нормативно-правових (законів, постанов, указів) та адміністративно-розпорядчих документів (розпорядження, рішення, вказівки, накази, інструкції, правила, положення, договори, стандарти). По-друге, до інструментів регулювання соціально-трудових відносин належить сукупність державних програм, у тому числі регіональних, галузевих, територіальних, локальних тощо, плани, проекти, державний та місцевий

бюджети, державне замовлення й державний контракт, договори, прогнози [6, с. 79].

До інструментів державного регулювання СТВ відносять й інститути соціально-трудових відносин – особливу систему (табл. 1), своєчасне коригування котрої у відповідь на соціально-економічні зміни в країні має регулятивні функції і здатне забезпечити еволюційний розвиток соціально-трудових відносин [7].

Виокремлюють також й інструменти непрямого регулювання соціально-трудових відносин, до яких належать інструменти фіскальної, бюджетної, грошово-кредитної, інвестиційної, амортизаційної, інноваційної економічної політики тощо [8, с. 68]. Цей перелік можна доповнити за рахунок інструментів валютної та зовнішньоекономічної політики, макроекономічного планування тощо.

До таких інструментів відносяться: система оподаткування, державні інвестиції, закупівлі, субсидії, дотації, кредити, позички; ліцензування та сертифікація навчання кадрів, статистичні норми і показники, квоти на працевлаштування, пільгове оподаткування та кредитування, заробітна плата, допомога через безробіття, державні контракти, інвестиції в людський капітал, система ринків праці, державне забезпечення зайнятості, бюджетна система, система розвитку персоналу, безповоротне фінансування суб'єктів господарювання; соціальні пакети і програми тощо.

Зважаючи на широкий перелік методів та інструментів державного регулювання, важливим питанням є здійснення їх рівневого розподілу з урахуванням результатів впливу їх застосування на рівень і якість життя населення у сфері централізованого, регіонального та локального державного регулювання соціально-трудових відносин.

На нашу думку, загальнодержавний рівень функціонування механізму регулювання соціально-трудових відносин передбачає застосування нормативно-правових, адміністративно-розпорядчих, організаційно-впорядкувальних, програмно-цільових, економічних та контрольно-аналітичних методів. Так, до компетенції вищих органів державної влади та загальнодержавних служб і структур має входити:

- формування нормативно-правової бази функціонування і розвитку соціально-трудових відносин;
- розбудова систем інституційного забезпечення СТВ;
- розроблення, затвердження і контроль над дотриманням державних соціальних стандартів і гарантій у соціально-трудових відносинах;

Таблиця 1

## Класифікація інститутів соціально-трудових відносин

Інститути	Характеристика
Формальні інститути	
Економічні	Виконують регулятивні функції, пов'язані з організацією й управлінням процесами життєдіяльності, матеріального та соціального відтворення робочої сили
Соціальні	Виконують функцію соціалізації і відтворення соціальної структури суспільства
Правові	Виконують функцію досягнення цілі, затвердження певних «правил гри», за якими відбувається взаємодія між суб'єктами соціально-трудових відносин
Політичні	Визначають владну ієрархічну структуру суспільства, способи прийняття рішень і контролю
Неформальні інститути	
Довіра	Передбачає очікування певних вчинків від своїх контрагентів, що впливають на рішення, які приймає суб'єкт соціально-трудових відносин
Емпатія	Базується на розумінні інтересів і намірів контрагентів у системі відносин праці
Свобода	Ґрунтується на здатності окремого суб'єкта соціально-трудових відносин робити свій раціональний вибір на основі довіри та емпатії
Легалізм	Відображає повагу до законів і готовність їх дотримуватися суб'єктами соціально-трудових відносин
Відповідальність	Розглядається як результат прагнення економічних суб'єктів до максимізації власної корисності через підпорядкування своїх дій наявним у суспільстві нормам і цінностям, інтересам інших суб'єктів

– формування інструктивно-методичних матеріалів із питань розбудови соціально-трудової сфери, розвитку та підвищення ефективності соціально-трудоких відносин;  
 – розроблення й утілення загальнодержавних програм, спрямованих на розвиток соціально-трудокої сфери;  
 – опосередковане регулювання соціально-трудоких відносин шляхом використання економічних методів та інструментів;

– розбудова ефективних систем контролю стану розвитку та процесів соціально-трудокої сфери.

Реалізація механізму державного регулювання соціально-трудоких відносин на регіональному рівні передбачає застосування адміністративно-розпорядчих, організаційно-впорядкувальних, контрольних-аналітичних, договірних, погоджувально-арбітражних, посередницьких методів тощо, покликаних забезпечити: розвиток соціально-трудоких відносин у регіоні, регулювання процесів у соціально-трудокої сфері регіону з наданням їм вірного вектору розвитку; координацію дій органів регіональної та місцевої влади у регіоні; налагодження відносин соціального партнерства на регіональному рівні; здійснення контролю над станом соціально-трудоких відносин у регіоні, рівнем розвитку соціально-трудокої сфери тощо.

На місцевому рівні механізм регулювання соціально-трудоких відносин передбачає: створення стимулів для локального розвитку соціально-трудоких відносин; сприяння примиренню сторін конфліктів і суперечок у соціально-трудокої сфері; забезпечення дотримання законодавства у соціально-трудоких відносинах; контроль показників стану соціально-трудокої сфери та соціально-трудоких відносин; здійснення роботи в напрямі гармонізації відносин між сторонами соціально-трудоких відносин на локальному рівні; розвиток місцевого ринку праці.

**Висновки.** Багатовекторність і мультизадачність державного регулювання соціально-трудоких відносин зумовлюють широкий вибір методів та інструментів для досягнення цілей і виконання поставлених завдань. Водночас застосування конкретних методичних підходів та інструментів може бути ефективним лише на певному рівні – загальнодержавному, регіональному чи локальному, що вимагає формування чіткої ієрархії методичного інструментарію у механізмі державного регулювання соціально-трудоких відносин. У подальших дослідженнях доцільно сформулювати узагальнену систему методів, інструментів та заходів державного регулювання соціально-трудоких відносин із розподілом за рівнями використання.

#### Список використаних джерел:

1. Кравцова Т.Г. Возрастание роли государства в регулировании социально-трудовых отношений в условиях глобализации. *Экономическое развитие стран Евросоюза и стран СНГ в условиях глобализации* : международный научно-практический конгресс : тезисы докладов, г. Берн, 31 мая 2013 г. Женева : Консилиум, 2013. С. 149–151.
2. Колот А.М. Соціально-трудова сфера: стан відносин, нові виклики, тенденції розвитку : монографія. Київ : КНЕУ, 2010. 251 с.
3. Симонин П.В., Богачева Т.В., Данилова В.А. Регулирование и институционализация социально-трудовых отношений. *Науковедение*. 2015. № 1(26). Т. 7. С. 43–57.
4. Место профсоюзов в системе регулирования трудовых отношений / П. Бирюков и др. Москва : ИСИТО, 2004. 146 с.
5. Саакян А.К. Социальное партнерство и трехсторонний механизм в регулировании социально-трудовых отношений. *Научная мысль*. 2012. № 2(6). С. 27–30.
6. Мордвінов О.Г. Управління аграрним прородокористуванням в умовах ринкової трансформації : монографія. Київ : УАДУ, 2000. 344 с.
7. Bromley Daniel W. Economic Interests and Institutions: The Conceptual Foundations of Public Policy. New York and Oxford : Basil Blackwell, 1989. 274 p.
8. Воротін В.Є. Макроекономічне регулювання в умовах глобальних трансформацій : монографія. Київ : УАДУ, 2002. 392 с.

#### References:

1. Kravtsova T. G. (2013) Vozrastanie roli gosudarstva v regulirovanii sotsialno-trudovyih otnosheniy v usloviyah globalizatsii [The increasing state role in social-labor relations regulation in globalization context] *Ekonomicheskoe razvitie stran Evrosoyuzha i stran SNG v usloviyah globalizatsii : Mezhdunarodnyiy nauchno-prakticheskiy kongress : tezisy dokladov* (Bern, 31 maya 2013). Zheneva: Konsilium. pp. 149–151. (in Russian).
2. Kolot A.M. (2010) Sotsialna-trudova sfera: stan vidnosyn, novi vyklyky, tendentsii rozvytku : monohrafiia [Social-labor sphere: the state of relations, new challenges, development trends: monograph]. Kyiv : KNEU. (in Ukrainian).
3. Simonin P.V., Bogacheva T.V. and Danilova V.A. (2015) Regulirovanie i institutsionalizatsiya sotsialno-trudovyih otnosheniy [Regulation and institutionalization of social-labor relations]. *Naukovedenie*. no. 1 (26), vol. 7, pp. 43–57. (in Russian).
4. Biryukov P., Biryukova V., Burnyishev K. and Donova I. (2004) Mesto profsoyuzov v sisteme regulirovaniya trudovyih otnosheniy [Place of trade unions in the system of labor relations regulation]. M. : ISITO, 146 p. (in Russian).
5. Saakyan A.K. (2012) Sotsialnoe partnerstvo i trehstoronniy mehanizm v regulirovanii sotsialno-trudovyih otnosheniy [Social partnership and the tripartite mechanism in social-labor relations regulation]. *Nauchnaya myisl*, no. 2 (6), pp. 27–30. (in Russian).
6. Mordvinov O.H. (2000) Upravlinnia ahrarnym prородokorystuvanniam v umovakh rynkovoi transformatsii : monohrafiia [Management of agrarian proprietorship in minds of market transformation]. K. : UADU, 344 p. (in Ukrainian).
7. Bromley Daniel W. (1989) Economic Interests and Institutions: The Conceptual Foundations of Public Policy. New York and Oxford : Basil Blackwell, 274 p.
8. Vorotin V.Ye. (2002) Makroekonomichne rehuliuвання v umovakh hlobalnykh transformatsii : monohrafiia [Macroeconomic regulation in minds of global transformation]. K. : UADU, 392 p. (in Ukrainian).

### МЕТОДИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ МЕХАНИЗМА РЕГУЛИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ В ПОВЫШЕНИИ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ

**Аннотация.** Статья посвящена обоснованию методического инструментария функционирования механизма государственного регулирования социально-трудовых отношений в повышении качества жизни населения. Обоснована роль государства в регулировании социально-трудовых отношений. Исследованы и охарактеризованы основные методы механизма государственного регулирования социально-трудовых отношений. Представлена классификация институтов социально-трудовых отношений как составляющей механизма государственного регулирования. Охарактеризован состав и представлена

классификация инструментов государственного регулирования социально-трудовых отношений, которые могут применяться в процессе реализации механизма. Обосновано распределение методического инструментария и функционального назначения механизма государственного регулирования социально-трудовых отношений по уровням реализации.

**Ключевые слова:** социально-трудовые отношения, государственное регулирование, механизм, методы, инструменты, институты.

#### METHODICAL INSTRUMENTS OF SOCIO-LABOR RELATIONS REGULATION MECHANISM IN IMPROVING THE QUALITY OF LIVING POPULATION

**Summary.** The development of country's social-labor spheres and social-labor relations is one of the main conditions for increasing efficiency the use of available human capital and human capacity building, and, therefore, one of the most important factors for stable socio-economic development. As the functioning and development of social-labor relations are institutionalized, they imply the creation of institutions as stable norms, rules, procedures and organizational mechanisms governing the interaction of employees, employers and the state in social-labor sphere, so they need state regulation. It is from the construction of social-labor relations state regulation mechanism that both their current functioning and the vectors of further development depend. In this context, it is of particular importance to develop an effective social-labor relations state regulation mechanism in improving the quality of living population on the basis of in-depth substantiation of regulatory processes and methods at the current stage of economic development. So, the purpose of this study is to substantiate methodological outfits of social-labor relations state regulation mechanism functioning in improving the quality of living population. The theoretical and methodological basis of the research was the scientific provisions and conclusions on social-labor relations state regulation mechanism structure, state regulation role, methods and outfits in social-labor relations. In the course of research were substantiated the role of the state social-labor relations regulation. Investigated and characterized basic methods of social-labor relations state regulation mechanism. It is shown the classification of social-labor relations institutions as a component of state regulation mechanism. Characterized the structure and classification of social-labor relations regulation outfits, can be applied during the implementation of the mechanism. Substantiated the dealing of methodical outfits and functional purpose of the social-labor relations state regulation mechanism by the levels of its implementation.

**Key words:** social-labor relations, state regulation, mechanism, methods, outfits, institutions.

УДК 658.7/.8

DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-28-48>

**Семенов К. Л.**

*аспірант кафедри маркетингу і торговельного підприємництва  
Хмельницького національного університету*

**Semenov Konstantyn**

*Postgraduate Student of the Department of Marketing  
and Trade Entrepreneurship,  
Khmelnitsky National University*

#### ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГ-ЛОГІСТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ ПІДПРИЄМСТВ У ВИРОБНИЧО-ТОРГОВЕЛЬНИХ ЛАНЦЮГАХ НА ОСНОВІ ЯДРА БІЗНЕСУ

**Анотація.** У дослідженні здійснено обґрунтування доцільності застосування для формування маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах концепції ядра бізнесу. Проведено процедуру ідентифікації ядра бізнесу підприємств шляхом уточнення сутності та встановлення метрик його розпізнавання відповідно до спрямування маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах на розвиток бізнесу на основі його ядра. Встановлено взаємозв'язок у забезпеченні метрик ідентифікації ядра бізнесу ядрами маркетингу (елементами маркетинг-міксу) та логістики (елементами логістичного міксу) та окреслено набір функціональних маркетингових та логістичних стратегій, що формують маркетинг-логістичне забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах на основі ядра бізнесу.

**Ключові слова:** маркетинг-логістичне забезпечення, підприємства, виробничо-торговельні ланцюги, ядро бізнесу, ядро маркетингу, ядро логістики.

**Вступ та постановка проблеми.** Маркетинг-логістичне забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах має бути орієнтоване на сприяння виконанню дій, що відповідають потребам стійкого розвитку підприємств, та характеризуватися певною спрямованістю, що стосується досягнення мети функціонування підприємств.

За унеможливлення врахування усієї різноманітності теорій, концепцій, методів, способів та напрямів, що лежать в основі стійкого розвитку підприємств, для сприяння такому розвитку перед маркетинг-логістичним забезпеченням підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах під час його формування актуальним стає зосередження такого забезпечення на піднесенні основи,

серцевини бізнесу підприємства – так званого ядра бізнесу. Таке обґрунтування в основі має концепцію управління стійким розвитком підприємства, яка опирається на ідею про те, що в основі стійкого розвитку перебуває забезпечення підприємством цілісності та максимально можливої ефективності використання ядра бізнесу [1].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Аспекти маркетинг-логістичного забезпечення підприємств отримали розкриття у працях С.В. Ковальчук, З.М. Андрушкевич, Н.І. Трішкіної. Ідеї зосередження підприємством на ядрі свого бізнесу викладено в працях таких економістів-класиків, як А. Маршалл, М. Портер, у наукових роботах авторів концепції ядра бізнесу компанії К. Зук та Дж. Аллена [1], у публікаціях вітчизняних науковців Т.В. Шталь (використання ядра бізнесу та практичне підтвердження ефективності застосування у розробленні маркетингової стратегії підприємств ресторанного господарства [2; 3]), та А.С. Іванової (управління технологічним розвитком вітчизняних підприємств на основі концепції ядра бізнесу [4]).

Концепція використання ядра бізнесу розроблена її авторами як засіб вирішення проблеми забезпечення стійкого зростання дохідності і прибутковості компанії в умовах жорсткої конкуренції, коли всі мислимі резерви диференціації конкурентних переваг об'єктивно обмежені або ж опиняються на межі вичерпання [1]; останнє певною мірою характеризує сучасний стан вітчизняних підприємств.

Доцільним є формування такого маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах, яке для виконання свого призначення, а саме достачання ефективної роботи підприємства, спрямоване на забезпечення найбільш можливої ефективності використання ядра бізнесу, розглядаючи останнє як цільну упорядкованість.

**Метою** даної роботи є визначення основних складників формування маркетинг-логістичного забезпечення розвитку бізнесу підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах на засадах концепції ядра бізнесу.

#### Результати дослідження.

Обґрунтування доцільності застосування для формування маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах концепції ядра бізнесу підприємств як методологічної основи управління їх сталим розвитком базується на ключових положеннях згаданої концепції. Серед іншого, важливим є те, що концепція:

- розроблена як засіб вирішення проблеми забезпечення стійкого зростання прибутковості та дохідності компанії в умовах жорсткої конкуренції, коли всі можливі резерви диференціації конкурентних переваг об'єктивно обмежені або ж опиняються на межі вичерпання, що надає їй актуальності в сучасних умовах господарювання [1];

- орієнтована на прийняття того, що в основі стійкого розвитку підприємства перебуває збереження компанією власної цілісності шляхом максимально ефективного використання ядра бізнесу, що вказує на орієнтири формування споживчої цінності продукту в межах підприємства [1];

- передбачає оцінку доцільності існування компанії за наслідками її роботи, тобто з погляду споживача [5].

За такими мотивами:

- концептуальною основою розроблення маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах є сучасні підходи до забезпечення прибутку за рахунок установа стійких довгострокових відносин зі споживачами продуктів та послуг;

- кінцевою метою такого забезпечення є отримання прибутку за рахунок створення споживчої вартості у виробничо-торговельних ланцюгах підприємств, яка збільшує лояльність споживачів продуктів і послуг;

- засобом досягнення мети слугує формування ядра бізнесу, яке забезпечує високий рівень задоволеності потреб споживачів, а обґрунтовано визначені комплекси маркетингового та логістичного міксів підприємства являють собою запоруку подальшої ефективної господарської діяльності;

- ефективність комплексів маркетингового та логістичного міксів досягається маркетинг-логістичним забезпеченням підприємств та диктується відповідними маркетинговими, логістичними та маркетинг-логістичними стратегіями, які, своєю чергою, посідають ключове місце у системі стратегічного управління сталим розвитком компанії.

Досить важливою є ідентифікація ядра бізнесу підприємств шляхом уточнення сутності та встановлення метрик його розпізнавання відповідно до спрямування маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах на розвиток бізнесу на основі ядра. Тут доцільно дослухатися до думки Т.В. Шталь, якою стосовно підприємств ресторанного господарства відзначено, що ядро «...виступає як набір послуг, продуктів, клієнтів, обладнання, персоналу, спроможностей, ресурсів, компетенцій, бренду, стандартів сервісу та методів обслуговування, які забезпечують стабільне й прибуткове зростання таких підприємств» [2, с. 176]. Вагомою, на нашу думку, є теза щодо включення до складу ядра бізнесу персоналу підприємства, хоча надалі цей напрям у дослідженнях не розвивався.

Трактування поняття «ядро бізнесу» наводиться також А.С. Івановою як певне просторове угруповання, що включає сфери діяльності, в яких підприємству вдається набути стійких конкурентних переваг [4]. Тут акцент робиться на множині сфер діяльності у їх просторовому угрупованні, що диктується спрямуванням дослідження на управління технологічним розвитком підприємства.

По суті, вищенаведені дефініції у цілому відповідають визначенню, яке надали автори концепції ядра бізнесу компанії К. Зук і Дж. Аллен [1, с. 34] і формують ядро бізнесу як сукупність аспектів діяльності, у сфері яких підприємству вдається сформувати й утримувати стійкі конкурентні переваги.

Стосовно розкриття сутності ядра бізнесу для формування маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах на його основі вважаємо доцільним виділити такі положення:

- на визначенні ядра бізнесу і залучення ресурсів для його зміцнення й ефективного використання ґрунтується формування стратегії сталого розвитку; відповідно, маркетинг-логістичне забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах, сформоване на основі ядра бізнесу, має бути таким, що всіяко сприятиме сталому розвитку підприємств;

- цільовою установкою є те, що в ідентифікації ядра свого бізнесу підприємству слід орієнтуватися на джерела стійких конкурентних переваг, що становлять платформу прибуткового зростання, а це означає потребу орієнтування маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах на ті сфери конкурентних переваг, розкриттю яких сприяє таке забезпечення;

- контрольними індикаторами визначення стрижневих видів діяльності ядра бізнесу підприємства вважаються показники прибутковості та дохідності, отже, до складників ядра бізнесу підприємства під час формування маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах на його основі слід віднести напрями, які демонструють стійке зростання прибутковості та дохідності за умов дії такого забезпечення.

Із цих позицій вагомим є вибір характеристик ідентифікації ядра бізнесу підприємства, тобто встановлення метрик його розпізнавання. Щодо цього, спираючись на

результати емпіричних узагальнень, К. Зук і Дж. Аллен [1] пропонують розглядати ядро бізнесу в певних універсальних метриках (аспектах) діяльності підприємства, в яких найчастіше спостерігається наявність стратегічних конкурентних переваг, що забезпечують компанії у цілому стійке економічне зростання, а саме: заключний продукт (або послуга) підприємства, стратегічні нематеріальні активи (їхня частина, яка віднесена компанією до тих, що утворюють переваги), клієнти (споживачі), канали розподілу і капітал компанії. Однотипні метрики ідентифікації ядра бізнесу підприємства застосовані А.С. Івановою для формулювання цілей і напрямів управління технологічним розвитком та формування механізму зворотного зв'язку в реалізації технологічної стратегії підприємства [4].

Водночас відзначимо, що, за визнанням К. Зука і Дж. Аллена, подібне визначення ядра бізнесу та його метрик (аспектів) не слід uważати достатнім для розроблення чітких методичних орієнтирів подальшого застосування концепції ядра бізнесу [1]. Навпаки, підкреслюється, що розуміння ядра бізнесу може трактуватися по-різному, оскільки неможливо запропонувати єдиного шаблону для виведення формули конкурентного успіху.

Опираючись на рекомендації авторів концепції ядра бізнесу компанії [1] та виходячи з призначення досліджуваного вияву ядра бізнесу, а саме для формування маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах для підвищення ефективності роботи, вважаємо доцільним внести певні корективи у зазначені науковцями метрики.

Перш за все, незаперечним є те, що центральним об'єктом бізнесу та, відповідно, маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах є товар як один із ключових елементів комплексу маркетингу, що забезпечує конкурентоспроможність компанії на ринку. За умов інтенсифікації конкуренції та посилення її інноваційного складника ринкові перспективи товару зосереджені у його «серцевині» (ядрі), що визначається як:

- основна вигода, базова послуга (цінність), яку отримує споживач у результаті користування товаром (товар за задумом) (трирівнева модель товару за Ф. Котлером [6]);
- ядро продукції: основне призначення товару, послуга, яку товар надає споживачеві (модель товару, запропонована В. Благоевим [7]);
- ключова цінність, базова цінність, яку отримує споживач від використання товару (п'ятирівнева модель товару Т. Левітта – Ф. Котлера [6]).

Подальші атестації (рівні) товару зосереджені на сукупності характеристик та властивостей, матеріальних складниках (товар у реальному виконанні) та можливих додаткових складниках (послуги, форма оплати), що підвищують цінність товару для споживача, ринкового позиціонування товару. Цим визначаються можливі варіації пропозицій виробника в межах певного товарного ринку, відображаються динамічні аспекти взаємодії консьюмеризму, маркетингового середовища та технологій, особливості сприйняття товару споживачем у контексті ймовірного технологічного розвитку в часі.

Ядро продукції сприймається як сукупність атрибутів, що надають споживачеві базову функціональну цінність або корисність («ядерну послугу»), тоді як додаткові, вторинні (супутні), корисності, цінності або послуги можуть бути похідними (як необхідний результат, зумовлений процесом надання основної послуги та матеріальним складником, що забезпечує її надання) та доданими (компанія додає окремо) [8, с. 208–209].

Викладене дає підставу сприймати для ідентифікації ядра бізнесу як основи маркетинг-логістичного забезпе-

чення підприємств замість метрики «продукт (послуга)» метрику «ядро продукту», оскільки в останній відзначається зосередження стратегічних конкурентних переваг продукції підприємства.

Споживачі продукції, перш за все, представлені їх ядром, основою якого є цільова аудиторія товару, й являє собою конкретну групу людей, на яку спрямовані всі маркетингові комунікації бренду. За визнанням К. Зука і Дж. Аллена, «...нерідко існує диспропорція між загальною кількістю клієнтів компанії і кількістю клієнтів, які фактично забезпечують надходження прибутку – класичне співвідношення 80/20, згідно з яким менше 20% клієнтської бази є джерелом понад 80% прибутків компанії. І навпаки, більшість клієнтів компанії не визначає ядро її бізнесу, тобто не робить внесок у реалізацію місії зростання» [1].

У цільову аудиторію входять не тільки існуючі покупці продукту компанії, а й потенційні споживачі, залучити яких важливо для завоювання стабільності діяльності. Категорія «ядро споживачів» використовується серед характеристик ядра бізнесу підприємств ресторанного господарства [2]. Своєю чергою, наявність у товару ядра споживачів дає змогу сконцентруватися на конкретній групі споживачів ринку і створити для них ідеальний товар, продати його в потрібному місці з правильною комунікацією. Для ідентифікації ядра бізнесу це дає підстави концентрувати метрику «споживачі» у метрику «ядро споживачів».

Природу каналу розподілу визначає ядро останнього, що проявляється у домінуванні компанії в традиційному каналі розподілу. Для того щоб стати лідером каналу розподілу, у одного з його учасників, окрім бажання управляти ефективністю каналу, повинна бути можливість впливу на інших учасників каналу, здійснювати контроль над змінами мережі розподілу та розвивати партнерство з провідними учасниками каналу розподілу. Зосередження на ядрі каналу розподілу слугуватиме ідентифікації ядра бізнесу більшою мірою, ніж розгляд метрики «канали розподілу».

Для формування маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах на основі ядра бізнесу раціональним слід визнати введення в склад метрик ідентифікації ядра бізнесу метрики «ядро кадрового потенціалу (кадрове ядро)». Доказами доцільності є те, що кадровий персонал виступає ключовим ресурсом і головним чинником ефективності діяльності підприємства, становить його головну цінність; основа (ядро) кадрового персоналу (кадрове ядро) являє собою групу найбільш інноваційних співробітників, останні визначають корпоративні норми й цінності розвитку бізнесу, включаючи маркетинг-логістичне забезпечення підприємства.

Щодо метрики «нематеріальні активи», то, відповідно до роз'яснень авторів концепції ядра бізнесу підприємства [1], увага зосереджується на стратегічних нематеріальних активах, а саме на тій їхній частині, яка відноситься до таких, що утворюють переваги підприємства. Вибраний нами напрям дослідження маркетинг-логістичного забезпечення підприємств передбачає формування останнього у виробничо-торговельних ланцюгах, що потребує концентрації тієї частини нематеріальних активів, що становлять відмінні ознаки (ядро) виробничо-торговельних ланцюгів і дають підставу використання замість метрики «нематеріальні активи» такої метрики, як «ядро виробничо-торговельних ланцюгів».

Отже, за наведеною аргументацією, ядро бізнесу як основу формування маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах надалі доцільно сприймати як сукупність ядер: продукту, розподілу, споживачів, кадрового потенціалу (кадрового ядра) та ядра виробничо-торговельних ланцюгів, які визначають, яким є

підприємство та має намір стати для забезпечення власного сталого розвитку та економічного зростання.

Стосовно маркетинг-логістичного забезпечення підприємства у виробничо-торговельних ланцюгах, то слід наголосити, що для ефективної роботи підприємства у своїй сутності таке забезпечення полягає у створенні та здійсненні умов, які гарантують ефективну взаємодію:

– комплексу маркетингу, який утворює та сприймається як фундамент, ядро системи маркетингу, об'єднуючи всі змінні чинники, за допомогою яких підприємство може впливати на своїх клієнтів, і традиційно представленому маркетинг-міксом 4P, 5P або 7P;

– комплексу логістики, що служить основою, тобто ядром логістики, традиційно представленому логістик-міксом 7R.

Тобто ядро маркетинг-логістичного забезпечення підприємства у виробничо-торговельних ланцюгах складається з ядра маркетингу (маркетинг-міксу) та ядра логістики (логістичного міксу). Звідси, як умовивід: маркетинг-логістичне забезпечення ядра бізнесу підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах здійснюється на основі використання ядер маркетингу та логістики (ядра маркетинг-логістики) під час створення та здійснення умов, які гарантують ефективну взаємодію останніх.

Проте фокусування виключно на ядрі бізнесу є необхідною, але недостатньою умовою досягнення стійкого зростання, оскільки ядро бізнесу піддається значним змінам, основними з яких, що потребують маркетинг-логістичного забезпечення підприємств, є [1; 4]: зміцнення ядра бізнесу завоюванням сильної і впливової позиції на ринку або його сегментах; розширення ядра бізнесу в суміжні сфери, які зміцнять його основи; модифікація або визначення ядра бізнесу по-новому у відповідь на нестабільну ситуацію. Тому виникає потреба застосування щонайменше трьох варіантів удосконалення маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах відповідно до напрямів посилення ядра бізнесу для стійкого розвитку підприємств, що в загальному вигляді наведено в табл. 1.

Отже, маркетинг-логістичне забезпечення ядра бізнесу підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах має формуватися та розвиватися відповідно до напрямів розвитку ядра, якими є його зміцнення, розширення або модифікації.

Вищенаведене дає змогу визначити взаємозв'язок складників маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах на основі ядра бізнесу (рис. 1), де вказане забезпечення ставить за мету забезпечення ядра бізнесу за його наявності та розвитку задля підвищення ефективності роботи підприємства.

При цьому вдалося дослідити тісну взаємозалежність метрик ідентифікації ядра бізнесу з ядром маркетингу

(елементами маркетинг-міксу у вигляді 6P: продукт, ціна, місце, просування, люди, процес) та ядром логістики (елементами логістичного міксу 7R: потрібний продукт, правильна кількість, належна якість, встановлений час, потрібне місце, конкретний споживач, оптимальні затрати) під час формування маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах, що демонструє рис. 2.

Виявлений взаємозв'язок компонентів маркетинг-міксу та логістичного міксу з метриками ядра бізнесу ґрунтується на наявному впливі ядер маркетингу та логістики на ядро бізнесу саме через елементи їх міксів.

Так, кожен компонент маркетинг-міксу надає відповідне забезпечення певним складникам ядра бізнесу підприємства. Для метрики ядра бізнесу «ядро продукту» елемент маркетинг-міксу «продукт» підтверджує потреби ринку чи цільової аудиторії щодо продукту, в основі якого вказане ядро, а елемент «ціна» забезпечує оцінку вартості продажу товару, допомагає оцінити рівень рентабельності продажів. Елемент маркетинг-міксу «місце продажу» ставить проблему вибору структури каналу розподілу щодо метрики ядра бізнесу «ядро каналу розподілу», за ним досягається побудова правильної його моделі (або доставки товару до кінцевого споживача), а елемент «просування» забезпечує потреби ядра бізнесу за метрикою «ядро споживачів» та усього їх кола, диктує гарантовану наявність рекламованого продукту під час просування.

Щодо елементу маркетинг-міксу «люди», що з'явився у зв'язку з розвитком маркетингу відносин, під цим терміном маються на увазі люди, які здатні вплинути на сприйняття товару підприємства в очах цільового ринку: працівники підприємства, виробники, які можуть вплинути на вартість і якість товару, та персонал, що представляє компанію й товар, контактує із цільовим споживачем, що пов'язано з метрикою ядра бізнесу «ядро виробничо-торговельних ланцюгів»; споживачі, які виступають «лідерами думок» у категорії «ядро споживачів» у однойменній метриці ядра бізнесу – лояльних споживачів і VIP-клієнтів, що генерують для компанії вагомий обсяг продажів.

Елемент маркетинг-міксу «процес» засвідчує формування споживчої вартості (метрика ядра бізнесу «ядро виробничо-торговельних ланцюгів»), а також відноситься до B2B-ринку і ринку послуг та описує процес взаємодії між споживачем і компанією. Такий процесодії приділяється особлива увага, оскільки саме вона є основою для здійснення купівлі на ринку і формування лояльності клієнта (за метрикою ядра бізнесу «ядро споживачів»).

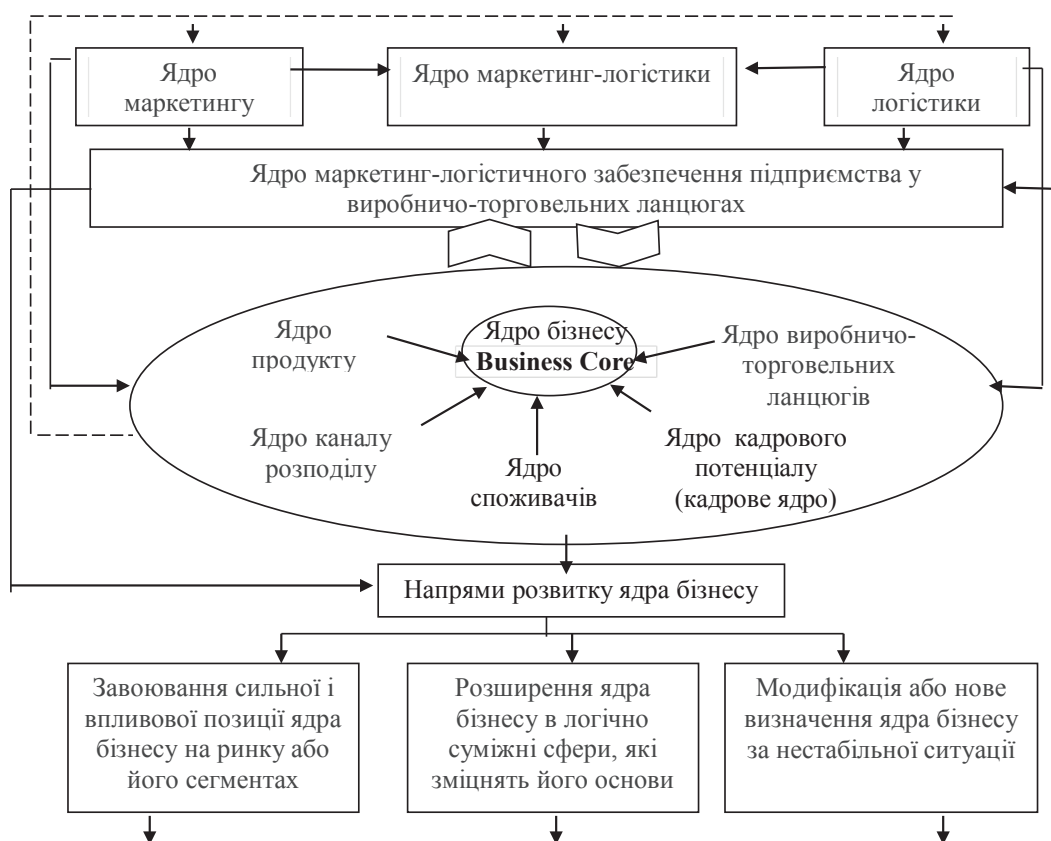
Щодо забезпечення складників ядра бізнесу підприємства елементами логістичного міксу у формуванні маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах на основі ядра бізнесу видається

Таблиця 1

**Визначення варіантів удосконалення маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах відповідно до напрямів розвитку ядра бізнесу**

Напрямок розвитку ядра бізнесу	Мета розвитку ядра бізнесу	Варіанти піднесення маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах
Зміцнення	Завоювання сильної позиції ядра бізнесу на ринку або його сегментах	Маркетинг-логістичне забезпечення зміцнення ядра бізнесу підприємств завоюванням сильної позиції на ринку або його сегментах у виробничо-торговельних ланцюгах
Розширення	Розширення бізнесу у логічно суміжні галузі, які зміцнять його основи	Маркетинг-логістичне забезпечення зміцнення ядра бізнесу підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах під час розширення ядра у логічно суміжні галузі
Модифікації	Модифікація ядра бізнесу як реагування на нестабільне оточення в галузі	Маркетинг-логістичне забезпечення модифікації ядра бізнесу підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах як реагування на нестабільне оточення в галузі

Джерело: розроблено автором на основі [1; 2; 4]



Умовні позначення: — - прямиий вплив; - - - - зворотній вплив.

Рис. 1. Взаємозв'язок складників маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах на основі ядра бізнесу

Джерело: запропоновано автором

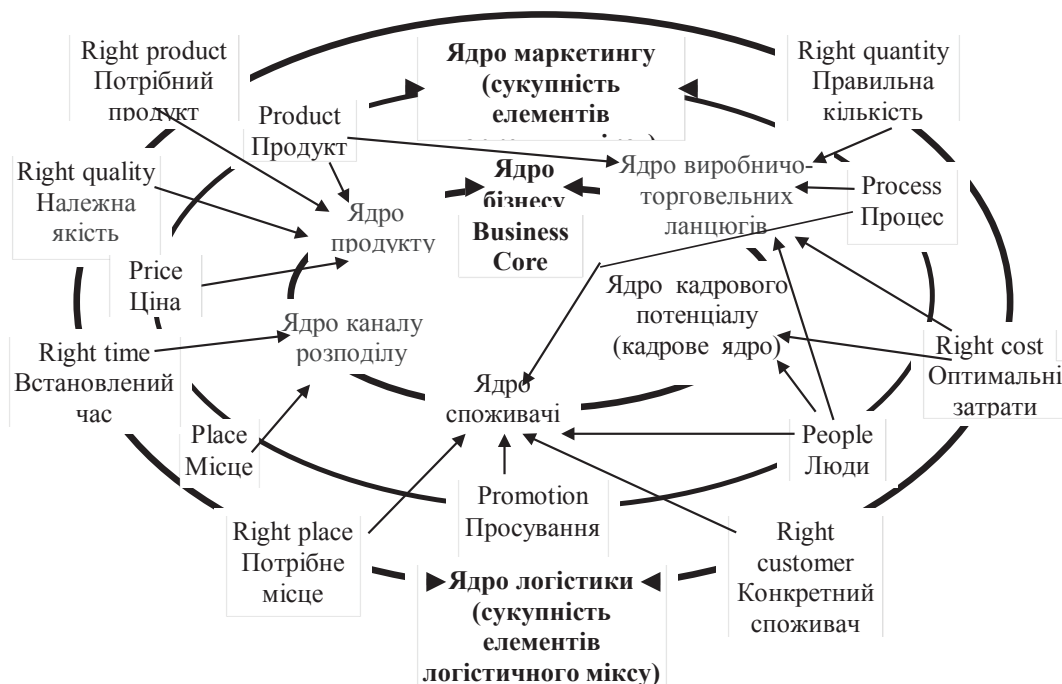


Рис. 2. Встановлений взаємозв'язок метрик ідентифікації ядра бізнесу з ядром маркетингу (елементами маркетинг-міксу) та ядром логістики (елементами логістичного міксу) у маркетинг-логістичному забезпеченні підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах

Джерело: запропоновано автором

можливим сформулювати правило «7R», а саме: поставка потрібного продукту належної якості (визначеної за метрикою ядра бізнесу «ядро продукції») в правильній кількості (що забезпечує ядро бізнесу за метрикою «ядро виробничо-торговельного ланцюга») у встановлений час (зумовлений метрикою «ядро каналу розподілу») в потрібне місце (визначене за метрикою ядра бізнесу «ядро споживачів») конкретному споживачеві (за метрикою ядра бізнесу «ядро споживачів») з оптимальними витратами (зумовленими метриками ядра бізнесу «ядро кадрового потенціалу (кадрове ядро)» та «ядро виробничо-торговельного ланцюга»).

Оскільки комплекс маркетингу утворює ядро системи маркетингу, об'єднуючи змінні чинники «продукт», «ціна», «місце», «просування», «процес», «люди», а комплекс логістики, відповідно, утворює ядро системи логістики шляхом об'єднання змінних чинників «потрібний продукт», «правильна кількість», «належна якість», «встановлений час», «потрібне місце», «конкретний споживач», «оптимальні витрати», то за допомогою вказаних двох груп чинників підприємство може забезпечувати ядро бізнесу на основі того, що для кожної із цих груп розробляється своя стратегія впливу, що і становить зміст процесу маркетинг-логістичного забезпечення. Такими стратегіями, в першу чергу, є функціональні стратегії маркетингу та логістики, а саме:

- маркетингові стратегії на рівнях «продукт», «ціна», «місце», «просування», «процес», «люди»;
- логістичні стратегії на рівнях «потрібний продукт», «правильна кількість», «належна якість», «встановлений час», «потрібне місце», «конкретний споживач», «оптимальні витрати».

Отже, встановлений взаємозв'язок між метриками ідентифікації ядра бізнесу, з одного боку, та метриками ядра маркетингу (елементами маркетинг-міксу) і ядра логі-

тики (елементами логістичного міксу) – з іншого, дав змогу визначити ключові напрями формування маркетинг-логістичного забезпечення ядра бізнесу підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах за його окремими метриками шляхом залучення відповідних функціональних стратегій маркетингу та логістики. Маркетинг-логістичне забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах запропоновано формувати на основі функціональних стратегій маркетингу та логістики, оскільки тим самим створюється підґрунтя конкурентних переваг у визначених сферах ядра бізнесу. Водночас функціональними стратегіями окреслено тактичні дії: маркетингу – з поліпшення маркетинг-міксу, логістичними – на підвищення дієвості логістичного міксу, чим досягається вдосконалення маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах у його спрямуванні на підвищення ефективності діяльності підприємств.

**Висновки.** Таким чином, запропонований процес формування маркетинг-логістичного забезпечення підприємств має певний ступінь новизни, оскільки передбачає адаптацію концепції ядра бізнесу відповідно до спрямування маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах на розвиток бізнесу на основі ядра.

Отже, маркетинг-логістичне забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах на основі ядра бізнесу сприяє ефективному функціонуванню підприємств, їх стійкому розвитку шляхом зосередження такого забезпечення на піднесенні основи, серцевини бізнесу підприємства – ядра бізнесу. У зв'язку із цим перспективою подальших досліджень є розроблення структурно-логічної моделі вдосконалення маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах за напрямами розвитку бізнесу.

#### Список використаних джерел:

1. Зук К., Аллен Д. Стратегии роста компании в эпоху нестабильности. Москва : Вильямс, 2007. 192 с.
2. Шталь Т.В. Ядро бізнесу як основа маркетингової стратегії підприємства ресторанного господарства *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки»*. 2010. № 5(2). С. 164–176.
3. Шталь Т.В. Концепція маркетингових стратегій формування споживчої цінності на основі потенціалу ядра бізнесу. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2011. Вип. 2. С. 501–510.
4. Иванова А.С. Управление технологическим развитием предприятия на основе концепции ядра бизнеса. *Экономический анализ: теория и практика*. 2014. № 6. С. 45–52.
5. Peter F. Drucker Management: Tasks, Responsibilities, Practices. New York : Harper & Row, 1974. 63 p.
6. Котлер Ф., Келлер К. Маркетинговый менеджмент. Київ : Хімджест, 2008. 720 с.
7. Благоев В. Маркетинг в определениях и примерах / пер. с болг.; науч. ред. и автор предисл. А.М. Немчин. Санкт-Петербург : Два-Три, 1998. 377 с.
8. Ламбен Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок / пер. с англ. под ред. В.Б. Колчанова. Санкт-Петербург : Питер, 2004. 800 с.

#### References:

1. Zuk K., Allen D/ (2007) Strategii rosta kompanii v epokhu nestabil'nosti [Company growth strategies in an era of instability] M.: ООО «I.D. Vil'yams». 192 p. (in Russian)
2. Shtalj T.V. (2010) Jadro biznesu jak osnova marketynghovoji strateghiji pidpryemstva restorannogo ghospodarstva [The core of the business as the basis of the marketing strategy of the restaurant business] *Naukovyj visnyk Poltavskogoho universytetu ekonomiky i torghivli. Serija : Ekonomichni nauky*. no 5(2). pp. 164–176.
3. Shtalj T.V. (2011) Konceptija marketynghovykh strateghij formuvannja spozhyvchoji cinnosti na osnovi potencialu jadra biznesu [The concept of marketing strategies for the formation of consumer value based on the potential of the core business] *Ekonomichna strateghija i perspektivy rozvytku sfery torghivli ta posluh*. Vyp. 2. pp. 501–510.
4. Ivanova A.S. (2014) Upravlenie tekhnologicheskim razvitiem predpriyatiya na osnove kontseptsii yadra biznesa [Management of technological development of an enterprise based on the concept of a business core]. *Ekonomicheskij analiz: teoriya i praktika*. Nauchno–prakticheskij i analiticheskij zhurnal. M. ООО «Izdatel'skiy dom Finansy i kredit». no 6. pp.45–52.
5. Peter F. Drucker (1974) Management: Tasks, Responsibilities, Practices. New York : Harper & Row. 63 p.
6. Kotler F., Keller K. (2008) *Marketingoviy menedzhment* [Marketing management. K.: Vidavnistvo Khimdzhest. 720 p. (in Ukrainian)
7. Blogoev V. (1998.) Marketing v opredeleniyakh i primerakh [Marketing Definitions and Examples]; per. s bolg., nauch. red. i avtor predisl. A.M. Nemchin. SPb.: «Dva-Tri». 377 p. (in Russian)
8. Lamben Zhan-Zhak. (2004) Menedzhment, orientirovanny na rynek [Market Oriented Management]. perev. s angl. pod red. V.B. Kolchanova. SPb. : Piter. 800 p. (in Russian)



## **ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГ-ЛОГИСТИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА ПРЕДПРИЯТИЙ В ПРОИЗВОДСТВЕННО-ТОРГОВЫХ ЦЕПЯХ НА ОСНОВЕ ЯДРА БИЗНЕСА**

**Аннотация.** В исследовании осуществлено обоснование целесообразности применения для формирования маркетинг-логистического обеспечения предприятий в производственно-торговых цепях концепции ядра бизнеса. Проведена процедура идентификации ядра бизнеса предприятий путем уточнения сущности и установления метрик его распознавания в соответствии с направлением маркетинг-логистического обеспечения предприятий в производственно-торговых цепях на развитие бизнеса на основе его ядра. Установлена взаимосвязь в обеспечении метрик идентификации ядра бизнеса ядрами маркетинга (элементами маркетинг-микса) и логистики (элементами логистического микса) и обозначен набор функциональных маркетинговых и логистических стратегий, формирующих маркетинг-логистическое обеспечение предприятий в производственно-торговых цепях на основе ядра бизнеса.

**Ключевые слова:** маркетинг-логистическое обеспечение, предприятия, производственно-торговые цепи, ядро бизнеса, ядро маркетинга, ядро логистики.

## **FORMATION OF MARKETING-LOGISTICAL SUPPORT FOR BUSINESS DEVELOPMENT OF ENTERPRISES IN PRODUCTION AND TRADE CHAINS BASED ON THE CORE OF BUSINESS**

**Summary.** The scientific study substantiates the feasibility of the application for the formation of marketing-logistical support of enterprises in the production and trading chains of the concept of the core business. Based on the method of generalization, the essence of the concepts "business core", "marketing core", "logistics core" are clarified. The procedure of identifying the core of business of enterprises by specifying the essence and setting the metrics of its recognition in accordance with the direction of marketing-logistical support of enterprises in production and trade chains for business development based on its core. The relationship in providing metrics for identifying business cores with marketing kernels (marketing mix elements) and logistics (logistic mix elements) has been established and a set of functional marketing and logistics strategies shaping marketing and logistics support of enterprises in production and trading chains has been outlined. With the help of a systematic approach, the key directions of the development of marketing and logistics support in production and trade chains are determined in accordance with the development of the core of the business. The decomposition method is used to identify the core of a business enterprise by specifying its essence and setting its recognition metrics in accordance with the direction of the marketing and logistics of enterprises in production and trade chains to develop a business based on the core. Marketing-logistical support of enterprises in production and trading chains based on the core of the business contributes to the effective functioning of enterprises. Its formation creates conditions for sustainable development of enterprises due to the focus of such provision on raising the basis of business enterprise - the core of business. The process of formation of marketing-logistical support of enterprises has a certain degree of novelty. It envisages the adaptation of the core business concept in accordance with the focus of marketing-logistical support of enterprises in production and trade chains on the development of a core business.

**Key words:** marketing-logistics support, enterprises, production and trade chains, core business, core marketing, core logistics.

**Сергієнко О. А.**

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри підприємництва, торгівлі та експертизи товарів  
Національного технічного університету  
«Харківський політехнічний інститут»*

**Голофаєва І. П.**

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри фінансів  
Харківського національного економічного університету  
імені Семена Кузнеця*

**Швець А. Д.**

*студентка  
Національного технічного університету  
«Харківський політехнічний інститут»*

**Sergienko Olena**

*PhD (Economics),  
Associate Professor of Business, Trade and Products Expertise Department  
National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute»*

**Golofaieva Iryna**

*PhD (Economics),  
Associate Professor of Finance Department,  
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economic*

**Shvets Anastasia**

*Student of Business, Trade and Products Expertise Department  
National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute»*

## РОЗРОБЛЕННЯ ОПТИМІЗОВАНОЇ МОДЕЛІ ЛОГІСТИЧНИХ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАЧАННЯ-РОЗПОДІЛУ ПІДПРИЄМСТВА

**Анотація.** У статті запропоновано модель логістичної системи в напрямі вдосконалення бізнес-процесів управління виробництвом і забезпечення його ефективності на прикладі ПАТ «Харківська бісквітна фабрика», побудована на основі головних принципів логістичного підходу, що вимагають інтеграції матеріального та технічного забезпечення, транспорту, виробництва, збуту і передачі інформації про товари та сировинні бази в єдину систему задля підвищення ефективності роботи у кожній із цих сфер і загальної ефективності. Роботу присвячено розробленню комплексу моделей підвищення ефективності логістичної діяльності підприємств. Запропонована методика моделювання ланцюгів постачань-розподілу на основі імітаційного моделювання є достатньо гнучкою і легко адаптується у межах SCOR-моделі для якісніших і швидших змін у вдосконаленні процесів та підвищенні їх ефективності. З метою удосконалення діяльності та підвищення рівня ефективності функціонування досліджуваного підприємства ПАТ «Харківська бісквітна фабрика» авторами змодельовано сценарії логістичних ланцюгів постачань-розподілу оптимізованої структури. Побудована модель дає змогу імітувати різні сценарії з організації управління ланцюгами постачань та здійснювати контроль над динамікою бізнес-процесів шляхом регулювання, координування та оптимізації існуючої логістичної системи.

**Ключові слова:** ланцюг постачання, управління, канали розподілу, логістична система, оптимізація, імітаційна модель.

**Вступ та постановка проблеми.** Сучасна економіка характеризується зростаючими темпами інтеграційних процесів, появою нових динамічних стосунків між постачальниками, виробництвом і споживачами продукції. Переміщення потоків матеріалів і готових товарів виходить за межі окремих підприємств і формує між ними логістичні взаємовідносини, що становлять окремі ланки ланцюгів постачання.

Ефективна діяльність сучасних підприємств вже не залежить тільки від наявності високотехнологічного устаткування чи інноваційних розробок, ринковий успіх підприємств значною мірою залежить від поліпшення їх функціонування в гнучких ланцюгах постачань, від системної оптимізації всього комплексу процесів забезпечення, виробництва і збуту продукції на основі сучасних логістичних методологій організації руху матеріальних і інформаційних потоків [18]. За статистичними даними, більшість провідних світових промислових концернів сьогодні зайняті оптимізацією управління ланцюгами постачань [1; 5]. Водночас вітчизняна

промисловість має значне запізнення в модернізації логістичних процесів, оскільки досить мало уваги приділяється як теоретичним розробкам, так і конкретним практичним новаціям щодо оптимізації ланцюгів постачань з урахуванням галузевої, регіональної та національної специфіки [2]. Реалії сучасного розвитку підприємств потребують удосконалення інструментарію управління ланцюгами постачань як складової частини управління виробництвом та бізнес-процесами у цілому. Таким чином, значущість проблеми управління ланцюгами постачань у сучасних умовах визначає актуальність і обґрунтованість тематики дослідження.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретико-методологічною основою даної роботи стали праці таких вітчизняних і зарубіжних учених та практиків, як А.О. Алексєєв [1], Т.В. Алесінська [2], Д.А. Іванов [7], А.А. Бочкарев [4], О.В. Боденчук [3], Г.Л. Матвієнко-Біляєва [10], М. Решетник [11], В.Д. Судін [15], що працюють у галузі логістики та моделювання ланцюгів постачань та

досліджують дану проблематику. Аналіз здійснюється на основі результатів теоретичних досліджень щодо моделювання ланцюгів постачань на виробництві, вивчення досвіду впровадження логістичних моделей щодо оптимізації управління ланцюгами постачань на підприємстві. Цим питанням приділяється значна увага у працях С. Крикавського [9], Н. Гринів [9], І. Таранського [9] та інших науковців.

За визначенням А.М. Четет [16], управління ланцюгами поставок в Україні та за кордоном можна розглядати з основних позицій: як бізнес-концепцію, як самостійний науковий напрям, як середовище інформаційної взаємодії підприємств. Найближчою перспективою розвитку у сфері ланцюгів поставок є інтеграція її учасників на основі моделей управління ризиками в ланцюгах поставок, що включають інструменти ідентифікації, оцінювання та моніторингу ризиків для підвищення ефективності використання ресурсів у всьому ланцюзі поставок.

Отже, важливою умовою участі українських підприємств у глобальних ланцюгах поставок є здатність виробничих систем підприємств до диверсифікації з мінімальними втратами динаміки розвитку. Для цього необхідно використати можливості стратегічного маркетингу, логістики, концепції управління ланцюгами поставок, зокрема з метою визначення таких напрямів диверсифікації, які дадуть змогу зберегти чи навіть оптимізувати існуючу логістичну інфраструктуру [9; 10].

**Метою** даної роботи є розроблення моделі логістичної системи, яка сприятиме оптимізації процесу управління виробництвом і забезпеченню його ефективності. Відповідно до мети визначено та вирішено такі завдання:

- 1) виокремлено особливості управління ланцюгами постачань із позицій сучасних бізнес-процесів;
- 2) обґрунтовано необхідність дослідження системного підходу до управління ланцюгами поставок;
- 3) побудовано та впроваджено імітаційну модель логістичних ланцюгів постачань-розподілу для ПАТ «Харківська бісквітна фабрика»;
- 4) змодельовано сценарії оптимізації логістичної системи.

**Результати дослідження.**

Для системного розуміння проблематики дослідження визначимо основні дефініції логістичної системи. Логістична система – це організаційно-господарський механізм управління матеріальними та інформаційними потоками [7]. Логістична система включає матеріальні засоби, що забезпечують

рух товарів по логістичному ланцюгу (склади, вантажно-розвантажувальні механізми, транспортні засоби), виробничі запаси та засоби управління усіма ланками ланцюга [15]. Логістична система є адаптивною системою зі зворотним зв'язком, яка виконує певні логістичні функції та операції. Як правило, вона складається з кількох підсистем і має розвинуті зв'язки із зовнішнім середовищем [16]. Як логістичну систему можна розглядати виробниче підприємство, територіально-виробничий комплекс, торговельне підприємство [3]. Ціль логістичної системи – доставка у задане місце потрібної кількості та асортименту максимально підготовлених для виробничого чи особистого споживання товарів та виробів за мінімальних витрат [12; 15]. Постачання матеріалів, сировини, готової продукції у визначені терміни позитивно впливає на функціонування усієї виробничо-економічної системи, дає змогу істотно скоротити запаси на складах підприємств.

Запропоновану модель логістичної системи вдосконалення бізнес-процесів управління виробництвом та ланцюгами постачання-розподілу на прикладі ПАТ «ХБФ» представлено на рис. 1. Розглянемо основні етапи моделювання більш детально.

**ЕТАП 1.** Побудова структури ланцюгів постачання-розподілу підприємства. Мережева структура ланцюга постачань ПАТ «ХБФ» має вузьку горизонтальну структуру, тобто до його складу входять постачальники та споживачі лише першого рівня, проте вона має широкую вертикальну структуру, до кожного рівня якої входить багато постачальників або споживачів.

Обмеження існуванням постачальників лише першого рівня обґрунтовуються тим, що ПАТ «ХБФ» входить до складу корпорації «Бісквіт-Шоколад» та є досить масштабним підприємством. Відповідно до цього, воно має значні потреби в сировині та поставках, тому в постачальники намагається вибрати продавців першого рівня. Також у такої корпорації велика кількість клієнтів навіть на першому рівні, і контролювати та відстежувати зв'язки за усіма рівнями споживачів не має потреби. Мережеву структуру ланцюга постачань ПАТ «ХБФ» відображено на рис. 2.

ПАТ «ХБФ» має досить значну кількість не тільки вітчизняних, а й іноземних постачальників. Так, наприклад, Естонія постачає какао-продукт, з Європи надходять какаобоби, горіхи, ароматизатори, барвники та ін. На кожне найменування асортименту сировини припадає близько



Рис. 1. Модель логістичної системи вдосконалення бізнес-процесів управління ланцюгами постачань-розподілу



Рис. 2. Мережева структура ланцюга постачань ПАТ «ХБФ»

2–5 основних постачальників, асортимент сировини та матеріалів складається більше ніж зі 150 найменувань. Транспортування сировини та матеріалів відбувається автомобільним транспортом. Іноземні споживачі також мають різноманітну географію. Морським транспортом продукція ПАТ «ХБФ» у контейнерах транспортується до США, Панами та Ізраїлю. Іншою групою споживачів є країни Сходу (Абхазія, Грузія, Азербайджан, Афганістан, Казах-

стан, Киргизістан, Монголія, Таджикистан, Туркменістан, Узбекистан), транспортування продукції до яких відбувається залізничним транспортом.

Також постачання налагоджено до таких країн, як Білорусь, Вірменія, Греція, Естонія, Латвія, Литва, Молдова, Німеччина, Росія. На рис. 3 та 4 наведено рейтинг споживання продукції (кількість за рік та загальне середнє) ПАТ «ХБФ» за країнами світу та регіонами України.

**Споживання у країнах-експортерах**

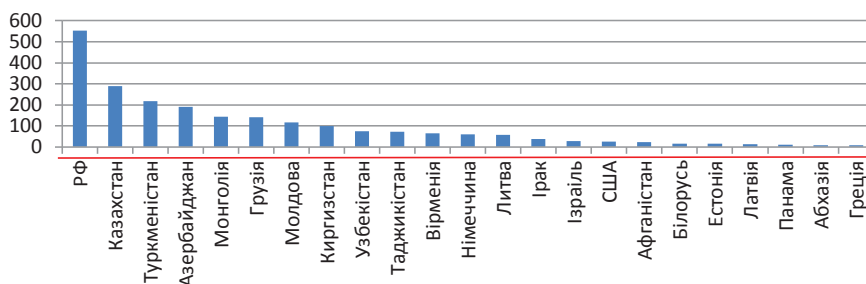


Рис. 3. Рейтинг споживання продукції країнами світу

**Споживання за регіонами України**

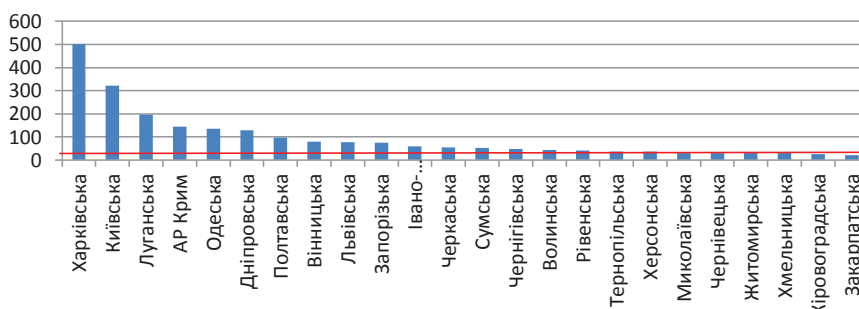


Рис. 4. Рейтинг споживання продукції за регіонами України

Регіональна мережа налічує 25 регіональних дилерів із представником. Невеликі поставки здійснюються лише у фірмові магазини, яких дев'ять – у місті Харкові (два займаються дрібним оптом). Перше місце у рейтингу займає Харківська область, друге – Київська.

ЕТАП 2. Структурування логістичних бізнес-процесів та їх моделювання. Даний етап передбачає структурування усіх логістичних процесів із застосуванням інструментарію SCOR-моделювання.

Загальна ідеологія SCOR-моделі полягає у поєднанні принципу нерозривності товарного та інформаційного потоків одночасно з функціональною інтеграцією [5; 17; 18]. Модель об'єднує три сучасні управлінські концепції/технології:

- реінжиніринг бізнес-процесів (*Business Process Reengineering*);
- бенчмаркінг (*Benchmarking*);
- використання найкращої практики (*Best Practice*).

На рис. 5 представлено SCOR-модель в узагальненому вигляді. У загальному випадку учасники ланцюга постачання реалізують такі укрупнені групи бізнес-процесів: планування (*Plan*), постачання (*Source*), виробництво (*Make*), доставка (*Deliver*), організація поворотних потоків (*Return*). SCOR-модель є ефективним інструментом діагностики ланцюга постачання, дає змогу виявити усі «вузькі місця» і наочно показати можливі альтернативні варіанти побудови логістичної системи компанії [13; 17; 18].

Концепцію SCOR-моделювання покладено в основу побудови імітаційної моделі логістичних ланцюгів постачання-розподілу ПАТ «ХБФ». Імітаційне моделювання – це метод дослідження, за якого досліджувана система замінюється відповідною моделлю, що з достатньою точністю описує реальну систему для проведення експериментів із метою одержання інформації про дану систему [6; 8]. Головною метою дослідження є відтворення ланцюгів постачання від продавців сировини до споживачів продукції фабрики, відтворення механізму постачання та розподілу на ПАТ «ХБФ» та можливість її подальшого використання для аналізу та управління ланцюгами постачання на підприємстві.

Імітаційна модель будується на основі даних про потреби в сировині та даних про замовлення споживачів першого рівня в поквартальному розрізі. Виробнича програма складається на основі прийнятих замовлень за попередній місяць. За ухваленою виробничою програмою складено план виробництва на відповідний місяць. Виходячи із цього плану, складається і потреба в сировині на визначений термін. На рис. 6 наведено статистичні дані про потреби в сировині за основними групами.

Потреби в сировині за днями визначені як середні для кожного місяця. Проблема постачання зумовлена тим, що для кожної групи товарів, що постачаються на підприємство, є мінімальний розмір замовлення, який, як правило, зумовлений вантажомісткістю транспортних засобів та



Рис. 5. SCOR-модель

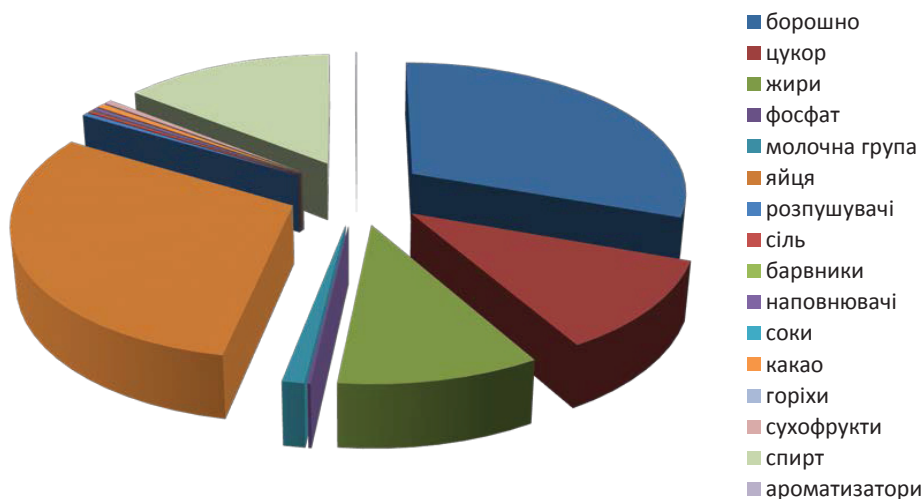


Рис. 6. Потреба в сировині за основними групами

транспортними витратами. Відповідно до цього, поставки здійснюються у розмірі, кратному мінімальному розміру замовлення. Так, борошно та цукор постачається великим вантажівками вантажністю 25 т, оскільки борошно та цукор є основною сировиною у кондитерській промисловості, мінімальна поставка солі та какао дорівнює 20 т. Багато сировини постачається великими та середніми партіями. Загальну імітаційну модель логістичних ланцюгів постачання та розподілу наведено на рис. 7.

На рис. 8 наведено фрагмент графіків постачання за відповідними групами сировини, за якими можна зробити висновки про частоту поставок та кількість транспортних засобів. Так, на рис. 8 наведено поставки борошна та жирів, які відбуваються кожен день та коливаються: поставки борошна – від 50 до 75 т; поставки жирів – від 15 до 30 т. Це означає, що поставку борошна кожного дня здійснюють дві-три фури, а поставку жирів – одна-дві фури. Відповідні графіки будуються за кожною групою сировини.

ЕТАП 3. Розроблення сценаріїв логістичних ланцюгів постачання-розподілу та оптимізація структури. Даний етап

передбачає реалізацію сценарного управління задля визначення напрямів удосконалення логістичної системи.

Сценарії розвитку за імітаційною моделлю логістичних ланцюгів постачання-розподілу дадуть змогу вдосконалити логістичну систему підприємства, механізм постачання та закупок, а також механізм розподілу готової продукції, обробку та виконання замовлень, рух матеріальних потоків у динаміці за основними ланцюгами постачання-розподілу [13; 14]. Графік відвантаження дилерам (рис. 9 а) демонструє відвантаження невеликих замовлень у регіони, що відбуваються майже кожен день, також можна відстежити частоту та обсяги замовлень. Графік відвантаження на експорт (рис. 9 б) також відображує динаміку відвантаження, що більша за обсягом, але частотність менша.

На рис. 10 а та 10 б наведено результуючі показники – графіки підсумкових рівнів «Виконане відвантаження експорт» та «Виконане відвантаження Україна», що відображують накопичені дані за весь період моделювання – квартал (91 день), що є необхідною інформацією для порівняння з плановими показниками виробництва для подальших управлінських рішень.

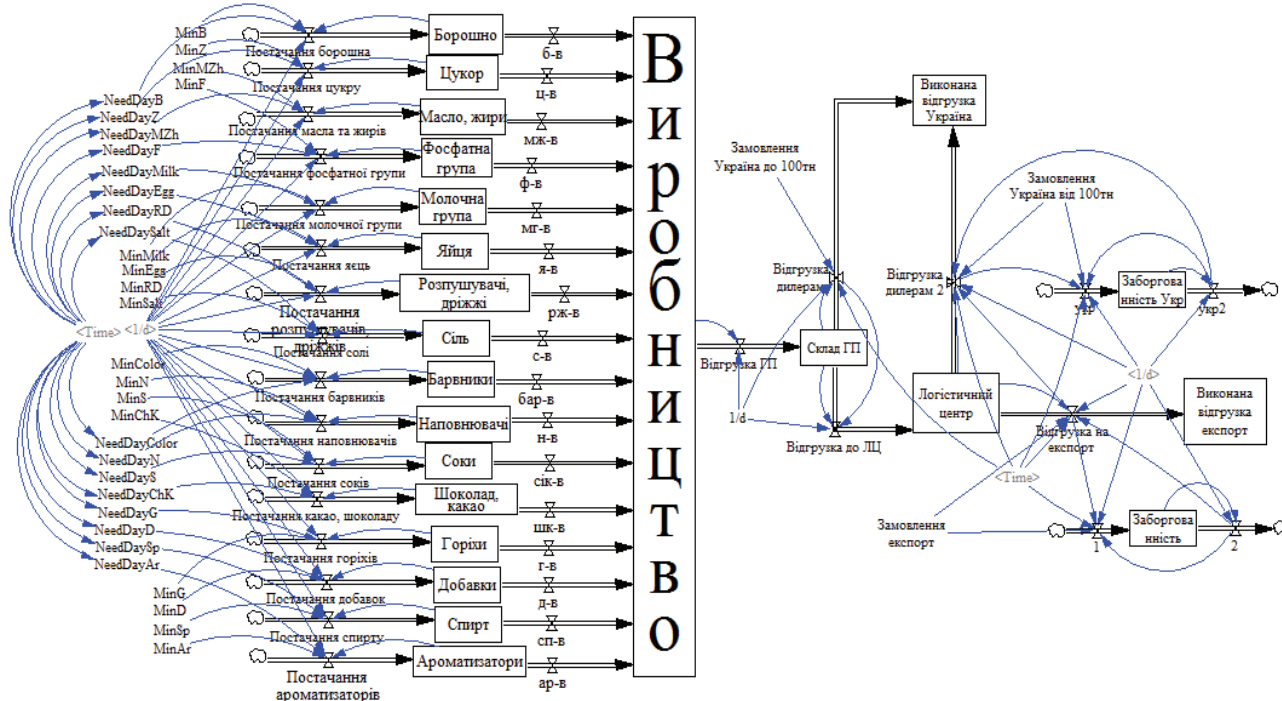


Рис. 7. Загальна імітаційна модель логістичних ланцюгів ПАТ «ХБФ»

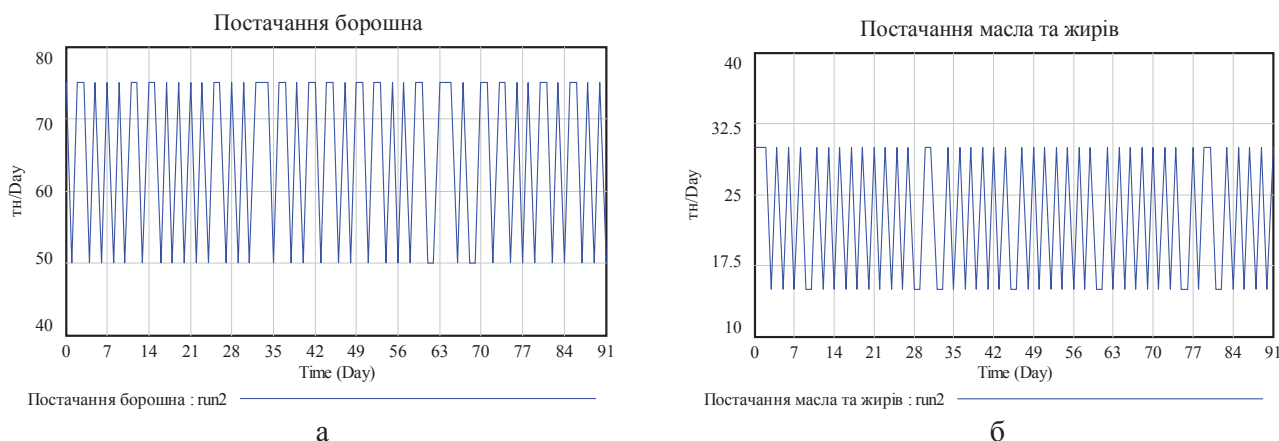


Рис. 8. Постачання борошна (а) та жирів (б)

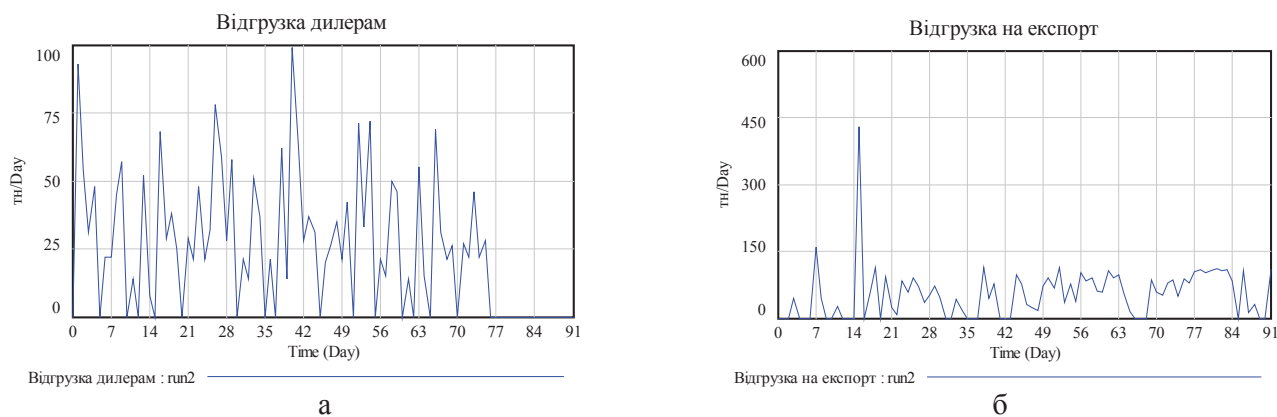


Рис. 9. Відвантаження дилерам (а) та відвантаження на експорт (б)

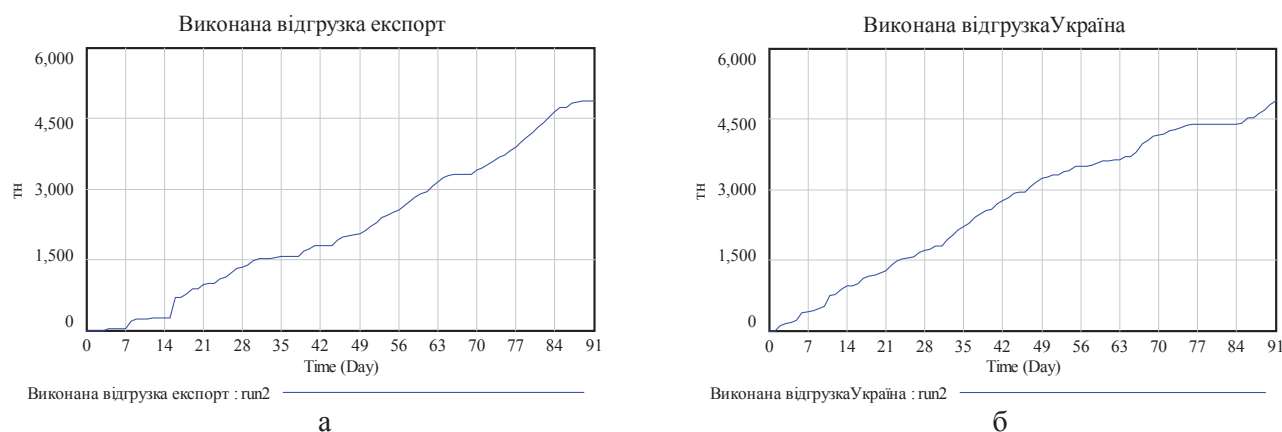


Рис. 10. Загальний експорт (а) та виконане відвантаження Україна (б)

Урахування концепції SCOR-моделювання дає змогу підприємству здійснити структуровану оцінку та провести аналіз ефективності функціонування ланцюга поставок, змодельовати дійсний стан та отримати прогнози поставок на рівні основних логістичних бізнес-процесів, порівняти кожен елемент із даними бенчмаркінга, підготувати основу для впровадження вдосконаленої системи управління бізнес-процесами. Упровадження оптимізованої моделі логістичної системи дасть змогу вирішити основні проблеми організації виробництва, що полягає в отриманні обґрунтованих прогнозів кількості замовлень, попиту за асортиментними групами, оцінки факторів сезонності та управління складськими замовленнями.

**Висновки.** У роботі запропоновано агреговану модель управління ланцюгами постачань-розподілу як інтегровану логістичну систему управління бізнес-процесами, що агрегує всі рівні взаємодії споживачів та постачальників. Модель логістичної системи управління в розрізі бізнес-процесів спрямована на вирішення завдань інтегрованого управління постачанням, виробництвом, розподілом і координацією логістики з постачальниками, споживачами та логістичними посередниками.

Побудована модель дає змогу імітувати різні сценарії з організації управління ланцюгами постачань та здійснювати контроль над динамікою бізнес-процесів шляхом регулювання, координування та оптимізації існуючої логістичної системи. Методика моделювання ланцюгів постачань-розподілу на основі імітаційного моделювання є достатньо гнучкою і легко адаптується у межах SCOR-моделі для якісніших та швидших змін у вдосконаленні процесів та підвищенні їх ефективності.

За допомогою отриманих результатів на основі запропонованого інструментарію та їх подальшого моніторингу і контролю можуть бути отримані детальні прогнози та визначені спрямовані оперативні дії щодо реагування на зміни, що дасть змогу оптимізувати процеси управління ланцюгами постачань, підвищити рівень організації менеджменту компанії та корпоративних інтегрованих інформаційних систем.

Результати дослідження з удосконалення організації управління бізнес-процесами виробництва та постачання-розподілу можуть знайти практичне застосування на підприємствах харчової промисловості.

#### Список використаних джерел:

1. Алексеев А.О. Функциональное моделирование деловых процессов. URL : <http://easy-code.com.ua> (дата звернення: 19.09.2019).
2. Алесінська Т.В. Основи логістики. Загальні питання логістичного управління. Таганрог : ТРТУ, 2005. 121 с.
3. Боденчук О.В. Теоретичні аспекти логістичної діяльності підприємства. *Управління розвитком*. 2014. № 8. С. 130–133.
4. Бочкарев А.А. Планирование и моделирование цепи поставок : учебное пособие. Москва : Альфа-Пресс, 2008. 192 с.
5. Даниленко О.И., Батманова О.В. SCOR-моделирование в цепи поставок при анализе и реинжиниринге бизнес-процессов торгового-промышленного предприятия. *Молодой ученый*. 2019. № 27. С. 20–22.
6. Имитационное моделирование экономических процессов : учебное пособие / А.А. Емельянов и др. ; под. ред. А.А. Емельянова ; 2-е изд., перераб. и доп. Москва : Финансы и статистика, 2009. 416 с.
7. Иванов Д.А. Управление цепями поставок. Санкт-Петербург : Политехн. ун-т, 2009. 660 с.

8. Каталевский Д.О. Основы имитационного моделирования и системного анализа в управлении : учебное пособие. Москва : Московский университет, 2017. 304 с.
9. Логістика та розвиток організації / Є. Крикавський та ін. Львів : Львів. політехніка, 1999. 149 с.
10. Матвієнко-Біляєва Г.Л. Систематизація аналітичних задач за основними видами логістичної діяльності підприємства *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2016. Вип. 6. С. 85–88.
11. Решетник М. Оцінка витрат та ефективності функціонування логістичної системи підприємства. URL : [http://www.itkor.ru/articles/pdf/risk1\\_031.pdf](http://www.itkor.ru/articles/pdf/risk1_031.pdf) (дата звернення: 25.09.2019).
12. Сергієнко О.А., Гадецька С.В., Матвєєва О.О. Побудова моделей оцінки та аналізу ефективності логістичної діяльності підприємств на основі SWOT-аналізу. *Бизнес Информ*. 2017. № 1(468). С. 292–301.
13. Сценарне моделювання факторів організаційно-управлінського потенціалу конкурентостійкості: інформаційно-аналітична база прийняття управлінських рішень. *Моделювання поведінки суб'єктів хазяювання в умовах мінливого ринкового середовища* : монографія / О.А Сергієнко та ін. ; за ред. В.С. Пономаренко. Бердянськ, 2016. С. 208–230.
14. Сергієнко О.А., Бутенко Є.В. Моделі оптимізації логістичної системи *Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я* : тези доповідей XXVII міжнародної науково-практичної конференції MicroCAD-2019 : у 4-х ч. Ч. 3 / за ред. Є.І. Сокола. Харків : ХПІ, 2019. С. 334.
15. Судін В.Д. Удосконалення логістичної системи підприємства *Управління розвитком*. 2014. № 8. С. 83–86.
16. Чечет А.М. Сучасні тенденції управління ланцюгами поставок *Вісник НТУ ХПІ*. 2012. Вип. 26. С. 351–354.
17. SCOR overview. Version 10.0. URL : [www.supply-chain.org](http://www.supply-chain.org) (дата звернення: 15.10.2019).
18. Supply-Chain Operations Reference-model Overview Version 7.0. URL : <http://people.ischool.berkeley.edu/~glushko/IS243Readings/SCOR-Overview.pdf> (дата звернення: 20.10.2019).

#### References:

1. Aleksjejev A.O. Funkcionaljne modeljvannja dilovykh procesiv [Functional modeling of business processes] – Available at: <http://easy-code.com.ua> (accessed: 15.10.2019). (in Ukrainian)
2. Alesinskaja T.V. (2005) Osnovy loghistryky. Zaghaljni pytannja loghistrychnogho upravlinnja [Fundamentals of logistics. General logistics management issues]. Taghanrogh: Vyd-vo TRTU, pp. 121. (in Ukrainian)
3. Bodenchuk O.V. (2014) Teoretychni aspekty loghistrychnoji dijialnosti pidpryjemstva [Theoretical aspects of the enterprise's logistic activity] *Upravlinnja rozvytkom*. no. 8, pp. 130–132. (in Ukrainian)
4. Bochkarev A.A. (2008) Planirovanie i modelirovanie cepi postavok [Supply Chain Planning and Modeling]: Ucheb. posobie. Moscow: Izd-vo «Al'fa-Press», pp. 192. (in Russian)
5. Danilenko O.I., Batmanova O.V. (2019) SCOR-modelirovanie v cepi postavok pri analize i reinzhiniringe biznes-processov torgovogo-promyshlennogo predpriyatiya [SCOR modeling in the supply chain in the analysis and reengineering of the commercial and industrial enterprise business processes]. *Molodoy uchenyj*. no. 27, pp. 20–22. (in Russian)
6. Imitacionnoe modelirovanie ekonomicheskikh processov (2009) [Simulation of economic processes]: ucheb. posobie. 2-e izd., pererab. i dop. / A.A. Emel'yanov, i dr.; pod. red. A.A. Emel'yanova, Moscow: Finansy i Statistika; INFRA-M, pp. 416. (in Russian)
7. Ivanov D.A. (2009) Upravlenie cepyami postavok [Supply Chain Management] SPb.: Izd-vo Politekhn. un-ta, pp. 660. (in Russian)
8. Katalevskij D.O. (2017) Osnovy imitacionnogo modelirovaniya i sistemnogo analiza v upravlenii [Fundamentals of simulation modeling and systems analysis in management]: Uch. posobie. Moscow: Izd-vo Moskovskogo universiteta, pp. 304. (in Russian)
9. Loghistryka ta rozvytok orghanizaciji (1999) [Logistics and organization development] / Je. Krykavskijj ta in. L'viv: "L'viv. politekhnika", pp. 149. (in Ukrainian)
10. Matvijenko-Bil'jajeva Gh.L. (2016) Systematyzacija analitychnykh zadach za osnovnymy vydamy loghistrychnoji dijialnosti pidpryjemstva [Systematization of analytical tasks by main types of the enterprise's logistic activity] *Naukovyj visnyk Uzghorodskogo nacional'nogho universytetu* vol. 6. pp. 85–88. (in Ukrainian)
11. Reshetnyk M. (2005) Ocinka vytrat ta efektyvnosti funkcionuvannja loghistrychnoji systemy pidpryjemstva [Estimation of expenses and efficiency of the enterprise logistic system functioning]. Available at: [http://www.itkor.ru/articles/pdf/risk1\\_031.pdf](http://www.itkor.ru/articles/pdf/risk1_031.pdf) (accessed: 25.09.2019). (in Ukrainian)
12. Sergienko O.A. Ghadecjka S.V., Matvjejeva O.O. (2017) Pobudova modelej ocinky ta analizu efektyvnosti loghistrychnoji dijialnosti pidpryjemstv na osnovi SWOT-analizu [Constructing the Models for Evaluating and Analyzing Efficiency of the Logistics Activities of Enterprises based on the SWOT Analysis]. *ByznesInform. Naukovyj informacijnyj zhurnal*. Kharkiv: vol. 1(468). pp. 292–301. (in Ukrainian)
13. Scenarne modeljvannja faktoriv orghanizacijno-upravlinsjkogho potencialu konkurentostijtkosti: informacijno-analitchna baza pryjnattja upravlinsjkykh rishenj (2016) [Scenario modeling of organizational and managerial factors of competitiveness potential: information and analytical base of decision making] Sergienko O.A. ta in. *Modeljvannja povedinky subjektiv khazhajuvannja v umovakh minlyvogho rynkovogho seredovyshha* za red. V.S. Ponomarenko. Berdjansjk, pp. 208–230. (in Ukrainian)
14. Sergienko O.A., Butenko Je.V. (2019) Modeli optymizaciji loghistrychnoji systemy [Models of logistics system optimization] / *Informacijni tekhnologhiji: nauka, tekhnika, tekhnologhija, osvita, zdorov'ja: tezy dopovidej KhXVII mizhnarodnoji naukovopraktychnoji konferenciji MicroCAD-2019* / za red. Sokola Je.I. Kharkiv: NTU «KhPI». pp. 334. (in Ukrainian)
15. Sudin V.D. (2014) Udoskonalennja loghistrychnoji systemy pidpryjemstva [Improvement of the enterprise's logistic system] *Upravlinnja rozvytkom*. Kharkiv. vol. 8. pp. 83–86. (in Ukrainian)
16. Chechet A.M. (2012) Suchasni tendenciji upravlinnja lancjughamy postavok [Current supply chain management trends] *VISNYK NTU KHPI*. vol. 26. pp.351–354. (in Ukrainian)
17. SCOR overview. Version 10.0. Available at: [www.supply-chain.org](http://www.supply-chain.org) (accessed: 15.10.2019).
18. Supply-Chain Operations Reference-model Overview Version 7.0 (2015) Available at: <http://people.ischool.berkeley.edu/~glushko/IS243Readings/SCOR-Overview.pdf> (accessed: 20.10.2019).



## РАЗРАБОТКА ОПТИМИЗИРОВАННОЙ МОДЕЛИ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ЦЕПЕЙ ПОСТАВОК-РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

**Аннотация.** В статье предложена модель логистической системы в направлении совершенствования бизнес-процессов управления производством и обеспечения его эффективности на примере ОАО «Харьковская бисквитная фабрика», построенная на основе главных принципов логистического подхода, требующих интеграции материального и технического обеспечения, транспорта, производства, сбыта и передачи информации о товарах и сырьевой базы в единую систему для повышения эффективности работы в каждой из этих сфер и общей эффективности. Разработан комплекс моделей повышения эффективности логистической деятельности предприятий и предложена методика моделирования цепей поставок-распределения на основе имитационного моделирования. Инструментарий является достаточно гибким и легко адаптируемым в пределах SCOR-модели для качественных и быстрых изменений в совершенствовании процессов и повышении их эффективности. С целью усовершенствования деятельности и повышения уровня эффективности функционирования исследуемого предприятия ОАО «Харьковская бисквитная фабрика» авторами смоделированы сценарии логистических цепей поставок-распределения оптимизированной структуры. Построенная модель позволяет имитировать различные сценарии организации управления цепями поставок и осуществлять контроль над динамикой бизнес-процессов путем регулирования, координации и оптимизации существующей логистической системы.

**Ключевые слова:** цепь поставок, управление, каналы распределения, логистическая система, оптимизация, имитационная модель.

## DEVELOPMENT OF OPTIMIZED MODEL OF ENTERPRISES' SUPPLY-DISTRIBUTION LOGISTICS CHAINS

**Summary.** The business process optimization theory is the base for efficient logistics management system developing as a well-managed process of information and product flows between suppliers, enterprises and consumers through the integration of material and technical support, transport, production, marketing and transfer of information, goods and raw materials into an unified system in order to improving efficiency in each of these areas and, as a result, overall cross-industry efficiency. The work is devoted to the development of complex models of improving the efficiency of enterprises' logistic system and method of modeling supply-distribution chains based on simulation modeling within SCOR models for qualitative and rapid changes in improvement process and increase of their efficiency was proposed. The article deals with a step-by-step algorithm for developing an enterprise optimized model of logistics supply chains in the direction of improving production management business processes and ensuring its efficiency on the example of the company PJSC "Kharkiv biscuit factory". The proposed model includes three main steps: 1 - Construction of the enterprise supply chains structure; 2 - Structuring of logistic production processes and their modeling; 3 - Scenarios development for logistics supply chain distribution optimization and. The proposed model allows to solve the following set of issues: Choosing the structure type and its network; Establishing relationships by the levels (coordination, organization); Supply chain management (monitoring, control); Formation the set of optimization methods; Selection and application of simulation modeling tools; Reproduction of the real system; Development of management organization scenarios (coordination, control); Conducting experiments and simulations; Forecasting estimates of operating logistics supply and distribution systems. The built model allows to simulate different scenarios for the supply chain management organization and to monitor the business processes dynamics by regulating, coordinating and optimizing the existing logistics system.

**Key words:** supply chain, supply chain management, logistics, logistics system, optimization, imitation models.

**Скригун Н. П.**

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри маркетингу*

*Національного університету харчових технологій*

**Наумко Т. А.**

*студентка*

*Національного університету харчових технологій*

**Skryhun Nataliia**

*PhD, Marketing Department*

*National University of Food Technologies*

**Naumko Tetyana**

*Student*

*National University of Food Technologies*

## АРОМАМАРКЕТИНГ: СУТНІСТЬ, ІНСТРУМЕНТИ ТА МЕХАНІЗМ ДІЇ

**Анотація.** У статті розглянуто сутність та можливості використання аромаркетингу як особливого складника сенсорного маркетингу і нейромаркетингу в цілому. З'ясовано, що метою аромаркетингу є активізація купівельної поведінки споживачів за допомогою запахів, які викликають позитивні емоції. Показано, що механізм аромаркетингу базується на здатності ароматів провокувати певні емоції, реакції, спогади й асоціації. Досліджено вплив ароматів на підсвідомість і емоційну поведінку споживача, проаналізовано особливості аромаркетингу та виокремлено найбільш популярні аромати, що їх застосовують у компаніях. Визначено аромати за характерною приналежністю до певного виду торговельної діяльності. Розглянуто інструменти аромаркетингу, що сприяють підвищенню обсягів продаж: ароматизація повітря, аромабрендинг, аромадизайн, аромаклінінг, аромаполіграфія, аромасуверніри. Доведено вплив аромаркетингу та наявності ароматичного логотипу на збільшення обсягів продаж.

**Ключові слова:** аромаркетинг, реклама, поведінка споживачів, сенсорний маркетинг, просування.

**Вступ та постановка проблеми.** У світі спостерігається тенденція безперервного прогресу та інновацій у різних галузях, і сфера маркетингу не є винятком. Традиційні методи привернення уваги покупців – реклама, акція чи знижка – втрачають свою ефективність, тому виникає необхідність переходу від класичних методів залучення потенційних клієнтів до більш дієвих. Серед основних сучасних пропозицій фахівців у сфері розвитку маркетингу і брендингу компаній – переорієнтація із зорово-слухового сприйняття споживача на нюхове сенсорне сприйняття. Сьогодні невід'ємним елементом ефективної маркетингової діяльності підприємства є аромаркетинг як особливий складник сенсорного маркетингу і нейромаркетингу загалом. Закордонний досвід провідних компаній показує, що впровадження аромаркетингу позитивно впливає на збільшення прибутків і формування унікального фірмового стилю. Проте серед українських компаній і економічного ринку в цілому аромаркетинг поки не набув масового поширення, тому нині зростає необхідність доведення доцільності впровадження аромаркетингу в маркетингову концепцію підприємств.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Аромаркетинг є порівняно новим методом впливу на споживачів, адже лише наприкінці ХХ ст. розпочалося вивчення психологічних чинників, які позначаються на виборі покупців. Цей напрям досліджень відобразили у своїх працях такі провідні зарубіжні і вітчизняні вчені, як Р. Аксель, М. Аршамбо, Л. Бак, О. Босак, В. Вудвуд, І. Данченко, Н. Заворохіна, М. Лідстром, Д. Новіков, Т. Окландер, Л. Сагер, Л. Сера, Е. Тімашов, А. Хірш та ін. Значну частину досліджень у сфері аромаркетингу виконали окремі компанії, які аналізували власну діяльність та довели ефективність використання засобів аромаркетингу. Однак варто зауважити, що питання прикладних аспектів аромаркетингу та сенсорного маркетингу в цілому в Україні ще недостатньо досліджені через відсутність масштабних розробок за даною

тематикою. Відсутність масового впровадження аромаркетингу в маркетингову концепцію українських підприємств свідчить про те, що на українському ринку дане поняття є недостатньо дослідженим. У сучасних умовах жорсткої конкурентної боротьби нехтування таким маловитратним та прогресивним методом збільшення прибутків, як аромаркетинг, послаблює конкурентні позиції підприємства. Саме тому виникає необхідність обґрунтування сутності впровадження аромаркетингу і з'ясування його ключових інструментів застосування.

**Метою** даної роботи є уточнення сутності аромаркетингу, конкретизація способів впливу аромаркетингу на споживачів, дослідження інструментів аромаркетингу та надання практичних рекомендацій щодо їх використання для забезпечення сталого розвитку підприємств у висококонкурентному середовищі.

### **Результати дослідження.**

Сьогодні для того щоб виділити свій товар серед товарів-конкурентів, вже недостатньо традиційних способів стимулювання продажів (знижки, акції, дегустації, купони, лотереї, подарунки тощо) – всі ці звичні прийоми викликають звикання, і мозок потенційного споживача почав виробляти захисну реакцію на перевантаженість рекламними інформаційними повідомленнями. Щоденно середньостатистична людина бачить близько 1500 рекламних роликів в Інтернеті та по телебаченню, що свідчить про перевантаження візуальною та аудіоінформацією. Ознайомитися хоча б поверхнево, витративши одну-дві секунди, людина встигає лише 70–80 із них, унаслідок чого коефіцієнт ефективності реклами близький до нуля [1, с. 45]. Дослідження Л. Рюшинової показують, що 98% усієї рекламної інформації не сприймається, а середня тривалість сприйняття рекламного оголошення – лише дві секунди. Застосування такого подразника, як аромат, може подовжити час розгляду товару і спонукати людину краще його вивчити, а згодом придбати [6],

тому маркетологам потрібно змінити підхід і впровадити в практику стимули, які перетворюються на реакції покупця, і застосовувати прогресивніші прийоми, що впливають на сприйняття товару. Маркетологи дедалі частіше впроваджують концепцію сенсорного маркетингу, який використовує всі органи чуття людини: зір, слух, нюх, дотик і смак. Однак уважається, що запах є одним із найефективніших засобів впливу на людину.

Людський нюх здатний розрізняти тисячі запахів. Аромати – це потужний та ефективний інструмент сучасних продажів. В Європі почали використовувати ароматизацію приміщень ще в середині ХХ ст., але цілеспрямовано застосувати аромати в точках продажу для збільшення виторгу стало актуальним лише на початку 2000-х років. Різні запахи сприяють виникненню у людей певного настрою, а приємні аромати поліпшують загальне самопочуття. Одні запахи заспокоюють, інші знімають утому, збільшують концентрацію уваги й активізують розумові процеси.

Завдяки ароматам можна управляти підсвідомістю людей, адже запахи сприяють відродженню спогадів. Саме нюхова сенсорна система найбільше відповідає за поновлення спогадів у мозку порівняно із зоровими та слуховими системами. Людина запам'ятовує 35% інформації, отриманої через запахи. Більше того, на підсвідомому рівні навіть своє оточення людина вибирає за запахом. Різні аромати можуть проковувати певні емоції, реакції, спогади й асоціації. На цьому принципі й ґрунтується механізм ароамаркетингу.

Ароамаркетинг – це напрям маркетингу, який використовує запахи для підвищення продаж. Під ароамаркетингом розуміємо розроблення і підбір певного аромату для підприємства, що у гармонійній і вдалій взаємодії з ключовими маркетинговими елементами (товар, ціна, місце розташування, позиціонування, бажане враження тощо) спрямований на досягнення ментальної близькості зі споживачем та в перспективі забезпечить отримання компанією прибутку.

Метою ароамаркетингу є активізація купівельної поведінки споживачів за допомогою запахів, які викликають позитивні емоції [2; 3]. Підприємства застосовують технології ароамаркетингу для:

- створення особливої атмосфери в місцях перебування клієнтів (поліпшення іміджу організації);
- затримки клієнтів у місцях продажів (або надання послуги) на більш тривалий час;
- збільшення обсягу продажів;
- формування у клієнта образу прив'язаності до бренду компанії;
- підвищення лояльності клієнтів і бажання відвідати місце повторно;
- додаткового рекламування за рахунок відчуття аромату за межами приміщення (сувеніри, подарункова продукція);
- поліпшення сприйняття клієнтом якості пропонованих товарів і послуг;
- залучення нових клієнтів за допомогою стимулювання незапланованого придбання ними товару/послуг;

- підвищення ефективності праці працівників, сприяння концентрації уваги, зняття стресових станів, вирішення проблеми плинності кадрів;

- забезпечення конкурентних переваг;
- непрямой реклами бренду ароматизованими товарами/послугами тощо.

Основна мета, яка стоїть перед підприємцями – зв'язатися зі своїми клієнтами на більш глибокому, ментальному рівні, якого не досягнеш використанням лише традиційних методів стимуляції споживачів.

Головна особливість ароамаркетингу полягає у тому, що він діє ефективніше реклами, адже її люди можуть не помітити, пропустити або навмисно проігнорувати. Можна запліщити очі та не побачити рекламних банерів і афіш, можна затулити вуха і не почути рекламних мелодій, але неможливо не дихати та не відчувати ароматів, що оточують споживача. Проігнорувати смачний аромат випічки з нотками ванілі чи цитрусову свіжість не так просто. Інтуїтивно у потенційного покупця виникне бажання зайти в те місце, де солодко й по-домашньому пахне.

Деякі аромати, так само як і кольори, володіють універсальними властивостями. Аромати, як і весь предметний світ навколо нас, можна класифікувати відповідно до системи п'яти елементів (табл. 1).

За наведеними в таблиці характеристиками можна детальніше описати специфіку ароматів. Наприклад, якщо людині не вистачає сил для завершення заключної частини роботи, аромати вогню надихнуть та допоможуть завершити розпочате. Проте використовувати їх треба обережно, оскільки зловживання ними викликає втомленість і виснажує енергію. Якщо йдеться про ситуації, де необхідні вірність і надійність, то радять використовувати аромати елемента землі. Аромати елемента металу сприяють об'єктивній оцінці ситуації і прийняттю правильного рішення, а аромати елемента води – проявити гнучкість і креативність у вирішенні робочих питань.

Пем Схолдер Еллен так описує сприйняття нюхом: «За впливу подразників на різні канали сенсорного сприйняття людина спочатку думає, а потім реагує, але у випадку з нюхом мозок реагує раніше, ніж ми встигаємо подумати» [5].

Згідно з висновками фахівців, ароамаркетинг здатний не просто залучати клієнтів, а й буквально змушувати покупців затримуватися у місцях продажу, а також формувати міцний асоціативний зв'язок певного запаху з конкретним брендом. Понад 70% емоцій формуються саме на основі сигналів, що надходять від органів нюху. До того ж приємні аромати зможуть знівелювати неприємні сторонні запахи.

За останні кілька років були проведені численні маркетингові дослідження у великих торгових центрах і магазинах, які почали застосовувати ароамаркетинг, результати яких довели, що:

- в ароматизованих магазинах клієнти охочіше купують товари, ніж у торгових точках без ароматів;
- приємний запах змушує 80% потенційних клієнтів здійснювати покупки, навіть якщо спочатку вони не планували цього робити;

Таблиця 1

**Класифікація ароматів відповідно до системи п'яти елементів**

Елемент	Аромат	Характеристика
Вогонь	Меліса, троянда, жасмин, імбир, лавр, розмарин, чайне дерево	Загострюють розум, збуджують, надихають до роботи, прискорюють реакції
Земля	Ладан, лимон, солодкий майоран, пачулі, м'ята	Допомагають врівноважитись, відчутти безпеку, контроль над ситуацією
Метал	Сосна, евкаліпт, кипарис	Сприяють зосередженості, вмикань мозкові імпульси до багатозадачності
Вода	Герань, ягоди ялівцю, червоний тим'ян	Спонукають до прояву уважності, гнучкості ситуації, терпіння
Дерево	Лаванда, бергамот, ромашка	Вселяють надію на краще, оптимізм, пробуджують лідерські здібності

Джерело: складено на основі [4]

– якщо в магазині правильно підібрані аромати, то кількість відвідувачів таких торгових точок збільшується мінімум у два рази;

– у магазинах, які використовують аромамаркетинг, відвідувачі проводять на 20% більше часу, ніж у магазинах без ароматів, а на підприємствах торгівлі з приємним запахом усередині клієнти здійснюють на 40% більше покупок;

– самі відвідувачі ароматизованих магазинів відзначають зниження рівня дратівливості і стресу;

– кількість імпульсних покупок зростає мінімум на 10%, а відвідуваність ароматизованих магазинів завжди стабільно висока [7].

Практичний досвід компанії Clever Fashion показав, що за допомогою ароматизації повітря можна стимулювати клієнтів до здійснення покупок: середня кількість найменувань у чеку збільшується з 2-3 до 7-9, а час перебування в магазині подовжується на 10–15%. Для того щоб наповнити ароматами торгову площу в 100 квадратних метрів, потрібно купити спеціальний розпилювач. Аромамаркетинг також передбачає придбання змінних насадок з ароматами, таке обладнання найчастіше може прослужити приблизно п'ять років, не потребуючи ремонту [8].

Кожен аромат може створювати певне відчуття: прохолоди в спекотний день (конвалія, латаття), домашнього затишку (аромати їжі, спецій), бадьорості (цитрусові, фруктові), елітності магазину (аромати дорогої шкіри, вина або сигар) і т.п. Кожен тип ароматів рекомендовано використовувати в різні сезони. Наприклад, узимку, ближче до Нового року, краще підійдуть запахи кориці і мандаринів, навесні – аромати квітів, надати свіжості літа можна за допомогою аромату тропічної зливи, а зробити затишнішою осінь можна ароматами спецій чи випічки.

Під час ароматизації приміщень варто враховувати, що певні аромати здійснюють специфічний вплив на настрій людини. Приміром, імбир, лемонграс, манго і бамбукове дерево стимулюють зібраність, швидкість реакції і здатність до прийняття самостійних рішень, збільшують розумову активність та концентрацію; смажені кавові зерна, солодка випічка, горіхи, шоколад, хліб із рум'яною скоринкою та глінтвейн пробуджують апетит, піднімають настрій, окрім того, ці запахи чудово нейтралізують погані побічні запахи; чайне дерево і м'ята знижують рівень хвилювання та стурбованості, налаштовують на конструктивний лад, підвищують стресостійкість [9]. Озброївшись цими знаннями, маркетолог уміло може «створювати» настрій споживачам.

Удало підібрані аромати та використання їх у торговому центрі дають змогу підвищити рівень продажів на 30%. Найбільшого ефекту за допомогою аромамаркетингу вдається досягти в передсвяткові дні, коли ажіотаж досить високий. Цей інструмент маркетингу змусить відвідувачів купити в три-чотири рази більше товарів, аніж вони спочатку планували. До речі, запахи впливають не лише на клієнтів, а й на робочий персонал. Наприклад, цитрусові нотки роблять співробітників більш зібраними і сконцентрованими [8].

Щорічно кількість інструментів аромамаркетингу збільшується. Нині найбільш популярними є такі:

1) звичайна ароматизація повітря. Завдяки їй у приміщенні створюються певний настрій і атмосфера. Цей напрям аромамаркетингу популярний не тільки в магазинах і ресторанах, а й у медичних клініках, салонах краси і навіть у традиційних офісах. Люди чутливо реагують на запахи, що й зумовлює популярність ароматизації;

2) аромабрендинг, коли підбирається певний аромат, який стане певною візитною картою бренду. Просуваючи торгову марку, створюють так званий ароматичний логотип, тобто присвоюють бренду композицію, яка запамятовується покупцями підсвідомо, і щоразу за виникнення запаху людина

асоціюватиме його з конкретним брендом. Тобто коли конкретна торговельна марка починає асоціюватися у клієнтів із певним запахом, це вигідно відрізняє бренд з-поміж конкурентів. Під час підбору фірмового аромату фахівці враховують багато чинників: стиль бренду (фірмовий стиль і аромат повинні гармонійно поєднуватися і доповнювати один одного); портрет цільової аудиторії бренду (аромат підбирається на основі статі, віку, вподобань користувачів цієї торговельної марки); інтер'єр й особливості планування магазину. Крім того, аромабрендинг часом передбачає ароматизацію окремих товарів у певних зонах магазину. Такий підхід дає змогу залучити клієнта до конкретної вітрини товарів;

3) аромадизайн – передбачає стимуляцію емоцій і створення певної атмосфери за допомогою різних запахів. Аромати підбираються з урахуванням стилю інтер'єру, його виконання та кольору;

4) аромаклінінг. Багато власників магазинів і закладів громадського харчування скаржаться на неприємні запахи, які не подобаються клієнтам (запах тютюнового диму, підгорілого масла, харчових відходів тощо). У такому разі аромаклінінг дає змогу позбутися будь-якого неприємного запаху і замінити його свіжим ароматом. Для цього в системах вентиляції встановлюється спеціальне обладнання, яке і забезпечує аромаклінінг. Чисте повітря – важливий показник у торгівлі, адже саме за запахом люди роблять суб'єктивні висновки про чистоту приміщення, а отже, і про рівень сервісу;

5) аромополіграфія. Надати аромат можна будь-якій поліграфічній продукції – від періодичних видань до буклетів, візиток чи листівок. Наприклад, каталог літніх товарів із приємним запахом чарівного морського бризу може переконати споживача вибрати будь-який товар з ароматних сторінок;

6) аромасувеніри. Якщо компанія має свій власний аромат або якщо використовує аромабрендинг, то подарунки клієнтам теж слід робити саме з таким фірмовим ароматом. Наприклад, сувенірне мило з логотипом компанії може пахнути і викликати асоціації у споживачів із фірмою. Такий підхід дає змогу не просто підняти настрій і зробити приємний бонус постійним покупцям, а й підвищити лояльність клієнтів [9].

За роки досвіду фахівцями з аромамаркетингу розроблено класифікації ароматів, які використовуються для залучення й утримання клієнтів у тій чи іншій роздрібній торгівлі чи сфері обслуговування. Провідні компанії за кордоном уже давно оцінили вплив аромамаркетингу на продажі. Так, наприклад, салони автомобілів високого класу Mercedes Benz, що орієнтовані на заможних покупців, пахнуть сумішшю лавандової олії, цитрусових фруктів, бергамоту та шкіри. А салони Lexus пахнуть ароматами ванілі, грейпфруту, зеленого чаю та шоколадного печива.

Приємні запахи в торгових приміщеннях сприяють поліпшенню настрою у відвідувачів і стимулюють до незапланованих покупок. Так, міжнародна торговельна мережа Auchan у Франції ароматизувала кондитерські відділи своїх мегамаркетів запахом різдвяного пудингу та шоколаду. Під впливом цього запаху продажі зросли на 60%.

Механізм роботи аромамаркетингу під час просування харчових товарів ґрунтується на підвищенні апетиту й акцентуванні уваги потенційного споживача на купівлі продукції. Після того як компанія Tchibo встановила автомати, що поширювали запах свіжозмеленої кави перед входом у власні магазини в Австрії та Німеччині, кількість відвідувачів збільшилася на 50%. У мережі магазинів Walmart у США розпоршення ароматів хвої і мандаринів під час різдвяних розпродажів сприяло зростанню прибутку на 22% [10].

Переймаючи позитивний досвід закордонних компаній, і українські компанії почали використовувати аромамаркетинг. Наприклад, офіційна мережа казино «Космослот» використовує у своїх залах запах герані – теплий, насичений,

піднесений і заспокійливий аромат. Відомо також, що аромат герані полегшує тривожність і нервозність, що так доречно в казино, коли робиш ризиковані ставки. Також займаються ароматизацією приміщень магазини Bershka, O'stin, Intertop, Helen Marlen, «Еліцентр», кінотеатр «Планета кіно», Salateira, Roshen, салон Scoda, «Сімейна пекарня», мережа супермаркетів «Сільпо» та ін.

**Висновки.** Аромат відіграє одну з ключових ролей у створенні бренду. Бренд, який має свій характерний аромат, дає змогу продукту зайняти пам'ятне місце у свідомості споживача. Головне завдання аромаркетингу полягає у створенні у споживача приємного відчуття для того, щоб він зміг безпосередньо асоціювати це відчуття з фірмою. Досвід багатьох провідних світових, у тому числі й українських, компаній підтверджує, що приємний запах як елемент фірмового стилю здатен збільшувати готовність клієнтів до здійснення покупки. Сьогодні запах поряд із дизайном приміщень та упаковки продукції, фірмовим стилем співробітників, рекламою, персональними продажами та сервісом є дієвим інструментом підвищення конкурентоздатності підприємства.

Традиційні маркетингові методи впливу працюють із поверхневими і раціональними почуттями клієнтів, тоді як аромаркетинг проникає до рецепторів мозку. Переважна біль-

шість рішень щодо купівлі приймається несвідомо, і споживач навіть не здогадується, в який момент бренд сформував твердження до себе. Концепція аромаркетингу базується на твердженні, що за розумову й емоційну діяльність людини, головним чином, відповідає підсвідомо частина мозку. Нюх є найдавнішим видом чутливості та найефективнішим способом пізнання людиною довкілля. Усі запахи взаємопов'язані з емоціями, оскільки система, яка за них відповідає, розташована поряд із нюховим мозком, вони найактивніше пробуджують емоційну пам'ять, яка вважається найтривалішою. Слухові та зорові образи забуваються швидко, оскільки вони сприймаються людиною усвідомлено і піддаються раціональному оцінюванню, тоді як аромати впливають на підсвідомість, сприймаються більш емоційно, асоціюються з певним образом і запамятовуються надовго. Саме цей механізм використовують в аромаркетингу. Ось чому застосування аромаркетингу є сучасним дієвим способом привернення уваги покупців та створення комфортної обстановки.

Для підвищення ефективності діяльності підприємства та посилення його конкурентних позицій необхідно використовувати і розвивати ті інструменти аромаркетингу, які посилюють дієвість впливу запахів на споживачів. Саме на вирішення цих питань будуть спрямовані подальші наукові дослідження.

#### Список використаних джерел:

1. Новиков Д. Психология массовых коммуникаций. 2013. С. 76.
2. Данченко И. Аромаркетинг: что это и почему это хорошо? URL : <https://psycho.ru/library/2772> (дата звернення: 13.11.2019).
3. Serras L. The Science of Scent Marketing. July 2019. URL : <https://www.fragrancex.com/blog/scent-marketing/> (дата звернення: 19.11.2019).
4. Candles Queen. Как ароматы помогут умножить Ваш доход. URL : <https://bitly.su/qeB1> (дата звернення: 16.11.2019).
5. Сажер Л. Аромаркетинг: сутність та переваги. 2013. URL : <https://bitly.su/p0CpQ> (дата звернення: 15.11.2019).
6. Вудвуд В. Нейромаркетинг – новітній інструмент впливу на поведінку споживачів у недосконалих умовах ринкової економіки України. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek\\_2013\\_7\\_50](http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2013_7_50) (дата звернення: 16.11.2019).
7. Тимашов Е. Методи аромаркетингу для підвищення лояльності клієнтів в громадському харчуванні. *Молодий вчений*. 2018. № 21. С. 306–308. URL : <https://moluch.ru/archive/207/50650/> (дата звернення: 15.11.2019).
8. Аромаркетинг: какие запахи поднимают продажи. 2018. URL : <https://www.gd.ru/articles/4365-aromamarketing> (дата звернення: 10.11.2019).
9. Аромако. Коллекция ароматов. URL : <http://scentmarketing.ru/aroma> (дата звернення: 15.11.2019).
10. Босак О. Дослідження впливу інструментів нейромаркетингу на поведінку споживачів. *Фінансовий простір*. 2013. № 4. С. 76–80.

#### References:

1. Novikov. (2013). Psihologiya massovyih kommunikatsiy. [Psychology of mass communication]: 76 p.
2. Danchenko I. Aromamarketing: chto eto i pochemu eto horosho?! [Aromamarketing: what is it and why it is good?!]. Available at: <https://psycho.ru/library/2772> (accessed 13 November 2019).
3. Serras L. (2019). The Science of Scent Marketing. Available at: <https://www.fragrancex.com/blog/scent-marketing/> (accessed 19 November 2019).
4. Candles Queen. Kak aromatyi pomogut umnozhit Vash dohod. [How fragrances can help you increase your income]. Available at: <https://bitly.su/qeB1> (accessed 16 November 2019).
5. Sager L. (2013). Aromamarketing: sutnist ta perevagi. [Aromamarketing: the essence and benefits]. Sumy National university. Available at: <https://bitly.su/p0CpQ> (accessed: 15 November 2019).
6. Vydvyd V. Neiomarketynh – novitnii instrument vplyvu na povedinku spozhyvachiv u nedoskonalykh umovakh rynkovoї ekonomiky Ukrainy. [Neuromarketing is the newest tool for influencing consumer behavior in the imperfect market economy of Ukraine]. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek\\_2013\\_7\\_50](http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2013_7_50) (accessed 16 November 2019).
7. Timashov Y. (2018). Metody aromamarketynhu dlia pidvyshchennia loialnosti kliientiv v hromadskomu kharchuvanni. [Aroma marketing techniques to increase customer loyalty in catering]. Young scientist Journal. no. 21. Pp. 306–308. Available at: <https://moluch.ru/archive/207/50650/> (accessed 15 November 2019).
8. Aromamarketing: kakie zapahi podnimayut prodazhi. (2018). [Aromamarketing: what scents are increasing sells]. Available at: <https://www.gd.ru/articles/4365-aromamarketing> (accessed 10 November 2019).
9. Aromako. Kolektsiya aromatitiv. [Aroma Collection]. Available at: <http://scentmarketing.ru/aroma> (accessed: 15 November 2019).
10. Bosak O. (2013). Doslidzhennia vplyvu instrumentiv neiomarketynhu na povedinku spozhyvachiv. [Exploring influence of neuromarketing tools for consumer behavior]. *Finansoviy prostir Journal*. no. 4. pp. 76–80.

#### АРОМАМАРКЕТИНГ: СУЩНОСТЬ, ИНСТРУМЕНТЫ И МЕХАНИЗМ ДЕЙСТВИЯ

**Аннотация.** В статье рассмотрены сущность и возможности использования аромаркетинга как особой составляющей сенсорного маркетинга и нейромаркетинга в целом. Установлено, что целью аромаркетинга является активизация покупательского поведения потребителей с помощью запахов, которые вызывают положительные эмоции.

Показано, что механизм аромамаркетинга основан на способности ароматов провоцировать определенные эмоции, реакции, воспоминания и ассоциации. Исследовано влияние ароматов на подсознание и эмоциональное поведение потребителя, проанализированы особенности аромамаркетинга и выделены наиболее популярные ароматы, которые применяют в компаниях. Определены ароматы по характерной принадлежности к определенному виду торговой деятельности. Рассмотрены инструменты аромамаркетинга, способствующие повышению объемов продаж: ароматизация воздуха, аромабрендинг, аромадизайн, аромаклининг, аромаполиграфия, аромасувениры. Доказано влияние аромамаркетинга и наличия ароматического логотипа на увеличение объемов продаж.

**Ключевые слова:** аромамаркетинг, реклама, поведение потребителей, сенсорный маркетинг, продвижение.

#### **AROMA MARKETING: ESSENCE, INSTRUMENTS AND MECHANISM OF ACTION**

**Summary.** Clarification of essence of essence of aroma marketing and possibility of it use as special constituent of sensory marketing and neuromarketing on the whole. Influence of aromas on a consciousness and emotional behavior of consumer is investigated and it is set that influence of aroma marketing is considerably more effective classic advertisement that people cannot notice, miss or intentionally ignore. The features of aroma marketing that allow to influence on a client, not touching his/her consciousness, and to explain purchases to realization are analyzed. The most popular aromas that applied in companies today are distinguished and it is set that each has its own brand name aroma if to exude between competitors. Aromas are grouped by characteristic belonging to the certain type of trade activity, the special influence each of them is given in details. Classification of aromas in accordance with the system of five elements (fire, earth, metal, fire, tree), description of each elements and aromas, that inherent them is given. The instruments of aroma marketing that assist sales promotion are described: aroma branding, aroma-design, aroma cleaning, aroma publishing, aroma souvenirs. Influence of aroma marketing is well-proven as an effective mechanism on profit increase, essence and features of the use of aroma marketing are exposed. The aims of the enterprises are set forth and described at introduction of aroma marketing, the main of them is abstracted, establishing the mental connection of company with a consumer. The ponderable contribution of aroma marketing conception is well-proven to the competition at the market. The modern approaches to the introduction of aroma marketing conception in companies and enterprises, that gives an opportunity to increase duration of clients presence in trade networks, that use aromas, than in shops without aromas are generalized. Basic attention in the article is spared to the behavior and emotions of consumer during realization of purchases that under the action of aroma marketing change in behalf on the company, namely clients' perception of the quality of given commodities and services gets better. Expediency of aroma marketing application in trade buildings and influence of pleasant aromas not only on consumers but also on the employees of companies is described. Essence of the use of certain aroma to the corresponding event is distinguished. Comparative analysis is carried out between holidays, sign events for consumer and aromas is described as the result of their harmonious adding to each other. Argued, that a pleasant smell is the inalienable element of brand name of company's style, that in future will form for a client the image of company on the whole.

**Key words:** aromamarketing, advertising, consumer behavior, touch marketing, promotion.

**Тополенко Н. М.**

*кандидат наук з державного управління,  
Університет митної справи та фінансів*

**Уланович Т. Ю.**

*студент  
Університету митної справи та фінансів*

**Topolenko Nadezhda**

*Candidate of Sciences is from State Administration  
University of Custom Business and Finances*

**Ulanovich Tatyana**

*Student  
University of Custom Business and Finances*

## ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ЗАПАСІВ У БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВАХ

**Анотація.** Запаси посідають домінуючу позицію у структурі витрат бюджетних установ, їх облік і оцінка впливають на результати діяльності установи та на розкриття інформації про її фінансовий стан, тому в умовах законодавчих змін організація їх обліку є досить важливим питанням. У статті розглянуто питання сутності запасів, основні аспекти складових їх елементів. Досліджено наявну методикою обліку запасів, визначену Національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку в державному секторі (далі – НП(с)БОДС). Розглянуто сучасні проблеми організації обліку і контролю запасів в установах, які утримуються за рахунок державного бюджету. Здійснено теоретичне узагальнення та обґрунтування обліку, контролю ефективності використання запасів, а також запропоновано шляхи щодо вдосконалення контролю запасів у бюджетних установах. Обліково-бухгалтерська інформація про облік запасів відіграє особливо важливу роль у процесі прийняття рішень, що стосуються розвитку суб'єктів державного сектору.

**Ключові слова:** бюджетні установи, запаси, бухгалтерський облік, первісна вартість, оцінка, рахунки.

**Вступ та постановка проблеми.** Із запровадженням в Україні НП(с)БОДС із 1 січня 2015 р. відбуваються зміни у системі обліку в бюджетних установах. НП(с)БОДС регламентують облік за різними об'єктами і переважно відповідають міжнародним стандартам. Унаслідок проведеної реформи бухгалтерського обліку внесено низку вагомих змін, що суттєво впливатимуть на розкриття облікової інформації. Нові підходи до організації і ведення бухгалтерського обліку передбачають його перебудову на підґрунті нових принципів, процедур та методів, які знаходять своє відображення в обліковій політиці і використовуються для складання фінансової звітності. Жодна бюджетна установа не може належно функціонувати без запасів. В умовах обмежених фінансових ресурсів її завдання полягає в раціональному витрачанні коштів на їх придбання та ефективному використанні в роботі. Поставлені завдання покликаний виконувати бухгалтерський облік запасів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання обліку запасів у бюджетних установах досліджує низка вчених, серед яких провідні місця посідають Ф. Бутинець, Л. Гуцайлюк, Р. Джога, С. Свірко. Також у вітчизняній науковій літературі, присвяченій питанням обліку в бюджетних установах, науковці вивчають питання модернізації бюджетного обліку, що відбувається на тлі зазначених змін. Зокрема, за останні роки внесок у наукове обґрунтування згаданих проблем зробили О. Дорошенко, Т. Єфіменко, С. Свірко, Н. Сушко та інші вчені. З урахуванням вагомості здобутку вищенаведених учених сьогодні, в умовах законодавчих змін, залишається актуальним питання дослідження методики обліку запасів бюджетних установ.

Досліджуючи невирішені питання, слід виділити основні напрями, яким необхідно приділити увагу в теоретичному і практичному аспектах, такі як оптимальний метод оцінки запасів на різних етапах їх обліку; адаптація бухгалтерського обліку запасів до НП(с)БОДС. Системних досліджень з організації та методології обліку запасів

бюджетних організацій недостатньо, тому необхідно продовжувати дослідження з вищевизначених напрямів.

**Метою** даної роботи є дослідження та узагальнення теоретичних аспектів обліку запасів, визначення їх місця в системі обліку бюджетних установ.

**Результати дослідження.**

Облік запасів у бюджетних установах сьогодні регулює Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 123 «Запаси» від 12.10.2010 № 1202 (далі – НП(с)БОДС 123) та Методичні рекомендації з їх обліку в державному секторі № 11 [5; 2].

За НП(с)БОДС 123 до запасів відносимо активи, які обліковуює установа з метою:

- 1) реалізації, розподілу чи передачі в майбутньому;
- 2) використання в процесі діяльності;
- 3) використання як сировини для виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг [6].

8 лютого 2017 р. КМУ було схвалено Стратегію реформування системи управління державними фінансами на 2017–2020 рр.

У рамках Стратегії № 774-р в Україні вже не перший рік триває реформа системи бухгалтерського обліку в державному секторі як однієї зі складових частин управління державними фінансами. Головною метою цієї реформи є вдосконалення системи бухгалтерського обліку та фінансової звітності в державному секторі з урахуванням вимог міжнародних стандартів бухгалтерського обліку. Своєю чергою, для цього необхідно провести адаптацію законодавства України до міжнародних вимог та розробити єдину методологію відображення в обліку операцій усіх суб'єктів державного сектору. Це дасть змогу отримувати максимально повну та прозору інформацію про фінансовий стан держави у цілому.

Бюджетні установи повинні проводити інвентаризацію запасів замість зберігання та за матеріально відповідальними особами в строки і порядку, передбаченими відповідним

НП(с)БОДС 123. Основним завданням інвентаризації запасів є не тільки виявлення їх фактичної наявності, а й дотримання умов зберігання запасів, правил їх утримання та використання [1]. У процесі інвентаризації запасів інвентаризаційні комісії виявляють недоліки в їх обліку.

МШП, передані в експлуатацію за новими правилами, списуються з балансу з умовою подальшого оперативного обліку на місцях, а під час проведення інвентаризації ці МШП можуть виступати як залишки.

Бухгалтерський облік запасів у бюджетних установах розподіляють за однорідними групами (підгрупами). Кожній групі (підгрупі) відповідає окремий субрахунок бухгалтерського обліку. Класифікацію запасів для цілей бухгалтерського обліку наведено на рис. 1.

Так, виробничі запаси розподілені за підгрупами, за якими Планом рахунків закріплено окремі рахунки:

- 1511 «Продукти харчування»;
- 1512 «Медикаменти та перев'язувальні засоби»;
- 1513 «Будматеріали»;
- 1514 «ПММ»;
- 1515 «Запасні частини»;
- 1516 «Тара»;
- 1517 «Сировина і матеріали»;
- 1518 «Інші виробничі запаси».

Зазначимо, що облік біологічних активів ведеться за новими правилами на окремих субрахунках за умови, що ці активи обліковують за НП(с)БОДС 123, а не НП(с)БОДС 136. Для їх обліку використовуємо субрахунок:

- 1713 «Поточні біологічні активи рослинництва»;
- 1714 «Поточні біологічні активи тваринництва».

Обліковують запаси й у групі нефінансових активів, яка теж поділяється на підгрупи. Облік інших нефінансових запасів у бюджетних установах здійснюємо за субрахунками:

- 1811 «Готова продукція»;
- 1812 «МШП»;
- 1814 «Державні матеріальні резерви й запаси»;
- 1815 «Активи для розподілу, передачі, продажу»;
- 1816 «Інші нефінансові активи».

Якщо запаси в установі знаходяться на зберіганні, їх обліковуємо на позабалансовому субрахунку 021, за їх утрати чи псування – на 073 [3].

Облік запасів вважають правильним, якщо:

- їхню вартість можна достовірно визначити;
- установа в майбутньому отримає економічну вигоду від їх використання або вони мають потенціал корисності.

Основними напрямками, за якими надходять запаси до бюджетних установ, є:

- придбання у постачальника за плату;
- безоплатне отримання від суб'єктів державного сектору;
- виготовлення власними силами;
- отримання у процесі ремонту, поліпшення (модернізації, добудови, реконструкції тощо) та ліквідації основних засобів;
- отримання у результаті обміну на інші запаси.

Залежно від способу надходження запасів до бюджетної установи проводиться їх оцінка для подальшого зарахування на баланс. За загальним правилом придбані (отримані) або вироблені запаси оприбутковуються на баланс за первісною вартістю.

Порядок формування первісної вартості запасів визначений у розд. II НП(с)БО 123 і розд. II Методичних рекомендацій із бухгалтерського обліку для суб'єктів державного сектору № 11 [2].

Порядок визначення первісної вартості запасів залежно від способу надходження наведено в табл. 1.

Надходження запасів відображається у меморіальному ордері № 4 або № 6 залежно від того, оплата за придбані запаси проводиться до чи після їх отримання. Якщо ж запаси були придбані за рахунок підзвітних сум, тоді така операція відображається у меморіальному ордері № 8.

Отримання фінансування для придбання запасів та здійснення оплати постачальнику показується у меморіальному ордері № 2.

Відображення надходжень запасів за спеціальним фондом, наприклад благодійні внески та дарунки, здійснюється у меморіальному ордері № 14 [4]. При цьому на кожен вид доходів спеціального фонду відкриваються окремі меморіальні ордери, які нумеруються відповідно № 14–1, 14–2, 14–3 і т.д.

Для відображення операцій із вибуття запасів слід застосовувати такі меморіальні ордери:

- меморіальний ордер № 10 «Накопичувальна відомість про вибуття та переміщення малоцінних та швидкозношуваних предметів» – у разі списання МШП;

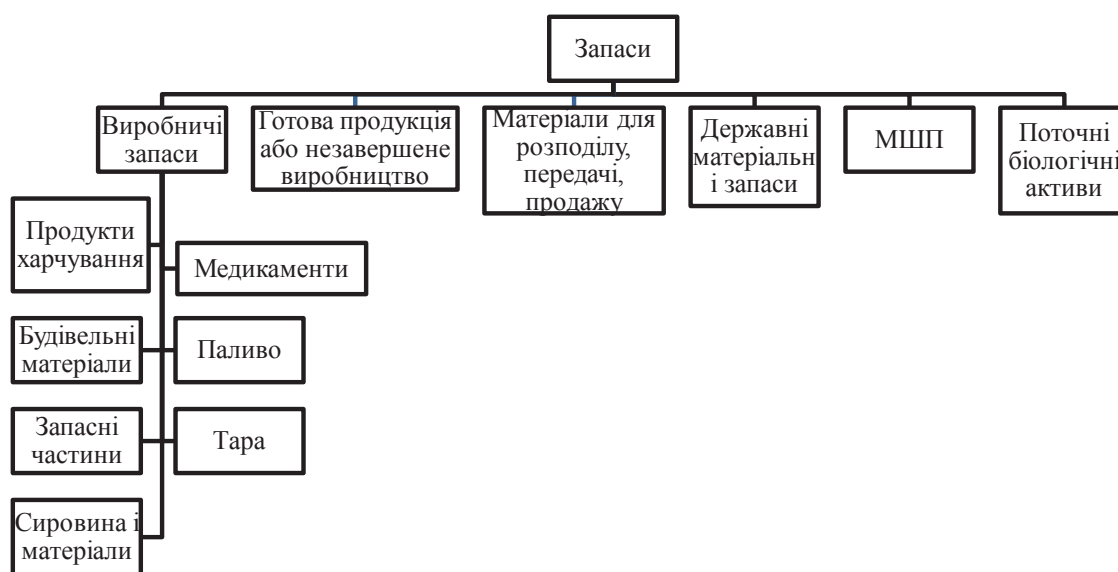


Рис. 1. Класифікація запасів для цілей бухгалтерського обліку

Джерело: розроблено авторами за даними [6]



## Порядок визначення первісної вартості запасів залежно від способу надходження

Спосіб надходження запасів	За якою вартістю оцінюється (що є первісною вартістю)	Порядок визначення
Придбання за плату	Собівартість (у сумі фактичних витрат)	Фактичні витрати на придбання запасів: – суми, сплачені постачальнику згідно з договором, за вирахуванням непрямих податків; – суми ввізного мита; – суми непрямих податків у зв'язку з придбанням запасів, які не відшкодовуються; – ТЗВ; – прями матеріальні витрати, прями витрати на оплату праці, інші прями витрати
Безоплатне отримання від суб'єктів державного сектору	Балансова вартість згідно з даними суб'єкта державного сектору	Виходячи з даних бухгалтерського обліку установи, яка передала такі матеріальні цінності (запаси повинні передаватися разом з первинними документами, в яких зазначається вартість цих запасів). Також слід урахувати всі витрати, безпосередньо пов'язані з доведенням їх до придатного для використання стану. У разі якщо достовірна інформація щодо первісної вартості отриманих запасів відсутня, тоді їх оцінюють на рівні справедливої вартості (на дату отримання)
Виготовлення власними силами	Виробнича собівартість	Відповідно до вимог розд. IV НП(с)БО 135, до виробничої собівартості продукції (робіт, послуг) включаються: – прями матеріальні витрати; – прями витрати на оплату праці; – інші прями витрати; – змінні загальновиробничі та постійні розподілені загальновиробничі витрати. Перелік і склад статей калькулювання виробничої собівартості установи визначають самостійно за погодженням із вищою за рівнем установою

Джерело: розроблено авторами за даними [7]

## Облік надходження запасів у бюджетних установах

Зміст господарської операції	Кореспонденція субрахунків	
	дебет	кредит
Оприбуткування придбаних виробничих запасів та інших нефінансових активів	15 «Виробничі запаси», 1814, 1815, 1816	2113, 2116, 6211
Якщо ПДВ включено до податкового кредиту	6311	2113, 2116, 6211
Оприбуткування придбаних МШП	1812	2113, 2116, 6211
Отримання виробничих запасів та інших нефінансових активів (окрім МШП) за операціями з внутрішньої передачі запасів	15 «Виробничі запаси», 1811, 1814, 1815, 1816	6611
Отримання МШП за операціями з внутрішньої передачі запасів	2313	7511
	2117	2313
	1812	2117
Оприбуткування запасів, отриманих як гуманітарна (благодійна) допомога, дарунком, безповоротна допомога	2313	7511
	2117	2313
Оприбуткування МШП, отриманих як гуманітарна (благодійна) допомога	15 «Виробничі запаси», 1816	2117
	2313	7511
Оприбуткування МШП, отриманих як гуманітарна (благодійна) допомога	2117	2313
	1812	2117
	2313	7211
Оприбуткування виробничих запасів та інших нефінансових активів, раніше не врахованих на балансі, а також надлишки запасів, виявлених під час інвентаризації	2117	2313
	15 «Виробничі запаси», 1814, 1815, 1816	2117
Оприбуткування лишків МШП, виявлених під час інвентаризації	2313	7211
	2117	2313
	1812	2117

Джерело: розроблено авторами за даними [5]

– меморіальний ордер № 12 «Зведення накопичувальних відомостей про витрачання продуктів харчування» – під час списання продуктів харчування;

– меморіальний ордер № 13 «Накопичувальна відомість витрачання виробничих матеріалів» – для відображення вибуття решти запасів (медикаментів, будівельних матеріалів, палива, запчастин тощо) [1].

Порядок визначення первісної вартості запасів залежно від способу надходження наведено в табл. 2.

Варто зазначити, що бухгалтерський облік запасів у разі їх вибуття (списання) полягає у збільшенні суми витрат і зменшенні вартості матеріальних цінностей на субрахунках 1511–1518, 1713–1714, 1811–1812, 1814–1816. В обліковій політиці бухгалтер прописує для кожного виду матеріальних цінностей метод його оцінки у разі вибуття. Якщо матеріальні цінності однакового призначення й з аналогічними умовами використання, в обліковій політиці установи для них потрібно визначити один із трьох методів на вибір:

– собівартості перших за часом надходження запасів (ФІФО);

– середньозваженої собівартості;

– ідентифікованої собівартості відповідної одиниці запасів.

На відміну від госпрозрахункових підприємств у бюджетних установах під час використання запасів їхня вартість не відноситься до собівартості послуг чи діяльності установи, а списується на видатки кошторису за відповідним кодом економічної класифікації видатків

(КЕКВ). На даному етапі виникає проблема визначення правильного коду економічної класифікації видатків.

**Висновки.** Отже, успішне виконання завдань, що стоять перед обліком, можливе лише за умови правильної організації первинного обліку, тобто оформлення документами різних господарських операцій із метою одержання початкових (первинних) даних. Удосконалення організації обліку запасів, посилення його контрольних функцій над господарською та фінансовою діяльністю бюджетних організацій є основою дотримання фінансово-бюджетної дисципліни. Висока якість облікової інформації створює умови для ефективної реалізації всіх без винятку функцій управління.

Правильна класифікація запасів на першій стадії надходження в установу та відображення їх в обліку мають сприяти дотриманню вимог законодавства до ведення бухгалтерського обліку та відображення їх у звітності.

Модернізація обліку в державному секторі, зокрема стосовно обліку запасів, наближує вітчизняну облікову діяльність до міжнародних стандартів, що дає змогу створювати більш результативне інформаційне забезпечення для управління державними фінансами.

Сьогодні діяльність бюджетних установ регулюється великою кількістю законодавчих та нормативно-правових актів. Як показує практика, в Україні відбуваються досить часті зміни в законодавстві, що тягне за собою можливі помилки в операціях із запасами. На нашу думку, система внутрішнього контролю може допомогти запобігти здійсненню масштабних помилок під час обліку запасів.

#### Список використаних джерел:

1. Сушко Н. Реформування бухгалтерського обліку в державному секторі триває. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2009. № 8-9. С. 22–27.
2. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку основних засобів суб'єктів державного сектору від 21.12.2018 № 11.
3. Про затвердження Стратегії модернізації системи бухгалтерського обліку та фінансової звітності в державному секторі на період до 2025 року від 20.06.2018 № 437-р. / Кабінет Міністрів України. URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/437-2018-%D1%80> (дата звернення: 18.11.2019).
4. Максимова В.Ф. Проблеми змін в обліку бюджетних установ в умовах запровадження Міжнародних стандартів у державному сектор. *Облік і контроль в управлінні економічною стійкістю підприємств в умовах глобалізації* : монографія. Одеса : ONEU, 2014. С. 149–171.
5. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 123 «Запаси» від 12.10.2010 № 1202 / Міністерство фінансів України. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1019-10> (дата звернення: 18.11.2019).
6. Артюх О., Максимова В., Черкашина Т. Облік у бюджетних установах : навчальний посібник. Одеса : Ротапринт, 2013. 264 с.
7. Про затвердження Інструкції з обліку запасів бюджетних установ [About claim of Instruction from the account of supplies of budgetary establishments] від 8 грудня 2000 р. № 125 / Кабінет Міністрів України. URL : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/law/main.cgi> (дата звернення: 18.11.2019).

#### References:

1. Sushko N. Reformuvannya bukhghalters'kogo obliku v derzhavnomu sektori tryvaje [Reformation of record-keeping lasts in a public sector]. *Bukhghalters'kyj oblik i audyt*. 2009. № 8-9. S. 22–27.
2. Metodichni rekomendacii z bukhghalters'kogo obliku osnovnykh zasobiv sub'ektiv derzhavnoho sektoru [Methodical recommendations from the record-keeping of the fixed assets of subjects state to the sector] vid 21.12.2018r. №11.
3. Pro zatverdzhennja Strateghiji modernizaciji systemy bukhghalters'kogo obliku ta finansovoji zvitnosti v derzhavnomu sektori na period do 2025 roku [About claim of Strategy of modernisation of the system of record-keeping and financial reporting in a public sector on a period 2025 to] : vid 20.06.2018 r. № 437-r. / Kabinet Ministriv Ukrainy. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/437-2018-%D1%80> (accessed 18 Novembe 2019).
4. Maksimova. V. F. Problemy zmin v obliku bjudzhetnykh ustanov v umovakh zaprovadzhenja Mizhnarodnykh standartiv u derzhavnomu sektor. [Problems of changes in the account of budgetary establishments in the conditions of input of the International standards in state sector] .Oblik i kontrolj v upravlinni ekonomichnoju stijkistju pidpryjemstv v umovakh globalizaciji: Monoghracija. Odessa: ONEU, 2014. S. 149–171.
5. Nacionaljne polozhennja (standart) bukhghalters'kogo obliku v derzhavnomu sektori 123 «Zapasy» ["Supplies"] vid 12.10.2010 r. № 1202 / Ministerstvo finansiv Ukrainy. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1019-10> (accessed 18 Novembe 2019).
6. Artjukh O., Maksimova V., Cherkashyna T. Oblik u bjudzhetnykh ustanovakh : navchalnyj posibnyk [Account in budgetary establishments : train aid]. Odessa: ONEU: Rotaprynt, 2013. 264 s.
7. Pro zatverdzhennja Instrukciji z obliku zapasiv bjudzhetnykh ustanov vid 8 ghrudnja 2000 r № 125 / Kabinet Ministriv Ukrainy. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/law/main.cgi> (accessed 18 Novembe 2019).

## ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА ЗАПАСОВ В БЮДЖЕТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ

**Аннотация.** Запасы занимают доминирующую позицию в структуре расходов бюджетных учреждений, их учет и оценка влияют на результаты деятельности учреждения и на раскрытие информации о его финансовом состоянии, поэтому в условиях законодательных изменений организация их учета является достаточно важным вопросом. В статье рассмотрены вопросы сущности запасов, основные аспекты составляющих их элементов. Исследована имеющаяся методика учета запасов, определенная Национальным положением (стандартами) бухгалтерского учета в государственном секторе (далее – НП(с)БУГС). Рассмотрены современные проблемы организации учета и контроля запасов в учреждениях, содержащихся за счет государственного бюджета. Осуществлено теоретическое обобщение и обоснование учета, контроля эффективности использования запасов, также предложены пути по совершенствованию контроля запасов в бюджетных учреждениях. Учетно-бухгалтерская информация об учете запасов играет особенно важную роль в процессе принятия решений, касающихся развития субъектов государственного сектора.

**Ключевые слова:** бюджетные учреждения, запасы, бухгалтерский учет, первоначальная стоимость, оценка, счета.

## FEATURES OF RESOURCE ACCOUNTING IN BUDGETARY INSTITUTIONS

**Summary.** Inventories occupy a dominant position in the structure of expenditures of budgetary institutions, their accounting and evaluation affect the performance of the institution and the disclosure of its financial position. Therefore, in the context of legislative changes, the organization of their accounting is a rather important issue. The article deals with the nature of stocks, the main aspects of their constituent elements. The available inventory accounting method defined by National Public Sector Accounting Standards (Standards) (hereinafter referred to as BODS) is examined. The modern problems of organization of the accounting and control of stocks in the institutions which are kept at the expense of the state budget are considered. The theoretical generalization and justification of accounting, control of the efficiency of the use of inventories are carried out, as well as ways to improve the control of the inventories in budgetary institutions. Inventory accounting plays a particularly important role in decision-making regarding the development of public sector entities. With the introduction of NPP (C) BODS in Ukraine since January 1, 2015 changes in the accounting system in budgetary institutions have been taking place. NPPs (C) BODS regulate the accounting for different objects and mainly meet international standards. As a result of the reform of accounting, a number of significant changes have been made that will significantly affect the disclosure of accounting information. New approaches to the organization and management of accounting include its restructuring on the basis of new principles, procedures and methods that are reflected in accounting policies and are used to prepare financial statements. No budget institution can function properly without stock. In the context of limited financial resources, its task is to spend money rationally on their acquisition and to use it effectively in work. Tasks are designed to perform inventory ACCOUNTING. Unlike self-financing enterprises, in budgetary institutions, when using inventories, their cost does not relate to the cost of the institution's services or activities, but is written off to the cost estimates of the relevant Economic Classification of Expenditure (EQF) code.

**Key words:** budgetary institutions, stocks, accounting, initial cost, valuation, accounts.

УДК 339.138: 631.1

DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-28-52>

**Устїк Т. В.**

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри маркетингу та логістики  
Сумського національного аграрного університету*

**Ustik Tatiana**

*PhD, Assistant Professor of Marketing  
and Logistics Department  
Sumy National Agrarian University*

## УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМИ СТРАТЕГІЧНИМИ РІШЕННЯМИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ ПРОВЕДЕНОГО МАТРИЧНОГО АНАЛІЗУ АСОРТИМЕНТУ

**Анотація.** У статті досліджено питання управління маркетинговими стратегічними рішеннями аграрних підприємств із використанням результатів проведеного матричного аналізу асортименту. Зазначено, що головне завдання аграрних підприємств у ринкових умовах господарювання – підвищення конкурентоспроможності й ефективності діяльності. Для забезпечення ефективного використання та впровадження маркетингових стратегій діяльності аграрним підприємствам необхідно використовувати матричні методи для аналізу асортименту. Використано АВС-аналіз, БКГ-аналіз та аналіз матриці Ансоффа. Автор розробляв стратегічні рішення з використанням наведених вище матриць для аграрних підприємств Сумської області. Констатовано, що розроблення стратегії діяльності аграрного підприємства є її вагомим інструментом для утримання провідних позицій на ринку в умовах непередбачуваності змін зовнішнього середовища та зростаючого числа конкурентів.

**Ключові слова:** маркетинг, маркетингова стратегія, маркетингове управління, асортимент, аграрне підприємство.

**Вступ та постановка проблеми.** Розроблення стратегічних рішень перспектив розвитку аграрних підприємств у комплексі не може не звернути особливу увагу на процес управління асортиментом підприємства та його товарну політику. Сьогодні глобальні масштаби набувають зміни в техніці, зростання конкурентної боротьби та зміцнення конкурентних позицій вітчизняних підприємств як на національному, так і міжнародному ринку, саме тому аграрним підприємствам для ефективного стратегічного розвитку необхідно передусім розробляти чіткі стратегічні рішення для товарної політики та асортименту.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У наукових публікаціях Л.В. Балабанової, О.Ю. Біленького, Л.А. Злупко, О.І. Марченко, М. Саллівана, В. Снегирьової розглянуто теоретичні особливості управління асортиментом та його формуванням. Але саме питання поєднання стратегічного планування на основі формування асортименту продукції аграрних підприємств у наведених авторів відсутнє.

**Метою** даної роботи є дослідження практичного використання матричних методів аналізу асортименту аграрних підприємств для розроблення стратегічних рішень щодо управління маркетинговою діяльністю.

**Результати дослідження.**

У сучасних умовах розвитку економіки України стратегічний аналіз бізнес-середовища аграрних підприємств набуває вагомого значення для забезпечення їхньої конкурентоспроможності й ефективного розвитку.

Головне завдання аграрних підприємств у ринкових умовах господарювання – підвищення конкурентоспроможності й ефективності діяльності, що є передумовою їхнього стратегічного розвитку. Це можливо за умови: швидкої адаптації сільськогосподарських товаровиробників до змін зовнішнього середовища; вчасного виявлення і підтримки власних конкурентних переваг; реалізації інноваційної моделі розвитку; оптимізації інвестиційного забезпечення та раціонального їх розподілу між видами діяльності. Для забезпечення ефективного використання та впровадження наведених вище умов кожному аграрному підприємству необхідно проводити дослідження ринку та на основі даних досліджень розробляти стратегії маркетингового розвитку власної діяльності.

За даними Департаменту агропромислового розвитку Сумської області, станом на 2019 р. в області працює 1031 агроформування. Найбільшу кількість у структурі агроформувань області займають фермерські господарства, їх налічується 652, або 63,24% у загальній структурі агро-

формувань. Найменшу кількість формувань становлять публічні акціонерні товариства – два товариства, або 0,19% у загальній структурі агроформувань. У Сумській області налічується 258 товариств з обмеженою відповідальністю, що становить 25,02% загальної питомої ваги аграрних підприємств; 85 приватних підприємств, або 8,24% загальної питомої ваги аграрних підприємств; дев'ять підприємств державної форми власності та дев'ять підприємств з іншою формою власності (0,87% загальної питомої ваги аграрних підприємств); вісім приватних підприємств та вісім сільськогосподарських виробничих кооперативів (по 0,78% загальної питомої ваги аграрних підприємств). Така структура агроформувань в області зумовлена масовим процесом роздержавлення аграрних підприємств у минулому та переходом до найбільш популярної форми ведення сільськогосподарської діяльності у світі – фермерства [6].

Для поглибленого аналізу ефективності економічної та маркетингової діяльності аграрних підприємств різних форм господарювання, які розташовані в найбільш районах Сумської області, вибрано такі: Приватна агрофірма «Колос» Білопільського району, сільськогосподарське товариство «Вікторія» Краснопільського району, ТОВ «Хлібодар» Сумського району, ПП «Карпенко» Путивльського району, ПрАТ «Радгосп Шевченківський» Конотопського району, ТОВ «Вітчизна» Буринського району, СТОВ «Перемога» Лебединського району, ПрАТ «Сад» Охтирського району, Виробничий сільськогосподарський кооператив «Зоря» Роменського району.

Аналіз рівня спеціалізації аграрних підприємств дає змогу виявити залежність між домінуючими галузями аграрних підприємств, економічними показниками та головними напрямками стратегічного розвитку таких підприємств.

Результати аналізу спеціалізації сільськогосподарських підприємств, що вибрані для дослідження, представлено в табл. 1 [6].

Аналіз спеціалізації досліджуваних підприємств свідчить, що підприємства Сумської області мають переважно зернову спеціалізацію та вирощують сою і соняшник, оскільки саме ці культури є найбільш рентабельними. Частина аналізованих підприємств займається також молочним скотарством.

АВС-матриця (АВС-аналіз) – це один із ключових аналізів, який розподіляє асортимент будь-якого підприємства або галузі, ранжуючи його за ступенем важливості для продажів.

Методика заснована на принципі, який ще в 1897 р. сформулював італійський економіст Вільфредо Парето

Таблиця 1

**Визначення напрямів спеціалізації досліджуваних аграрних підприємств Сумської області**

Аграрне підприємство	Площа, га	Спеціалізація
Приватна агрофірма «Колос»	788,00	Зерновий напрям (33,72%) із розвиненим молочним скотарством (36,21%)
Сільськогосподарське товариство «Вікторія»	105,00	Зернова спеціалізація: вирощування зернових культур (54,06%), вирощування бобів сої (11,91%) та насіння соняшнику (18,16%)
ТОВ «Хлібодар»	1003,38	Зернова спеціалізація: вирощування зернових культур (57,65%), вирощування бобів сої (12,25%) та насіння соняшнику (20,14%)
ПП «Карпенко»	779,00	Молочне скотарство (62,39%) із розвиненим зерновим напрямом (24,20%)
ПрАТ «Радгосп Шевченківський»	3909,00	Зернова спеціалізація: вирощування зернових культур (25,71%), вирощування бобів сої (10,75%), насіння ріпаку й кользи (11,35%) та насіння соняшнику (13,86%) із розвиненим молочним скотарством (28,99%)
ТОВ «Вітчизна»	4949,00	Зерновий напрям (48,38%) із розвиненим молочним скотарством (27,36%)
СТОВ «Перемога»	1829,37	Зерновий напрям спеціалізації (71,96%)
ПрАТ «Сад»	1350,00	Зерновий напрям спеціалізації (49,54%) та вирощування соняшнику (23,00%) і сої (16,43%)
Виробничий сільськогосподарський кооператив «Зоря»	1907,73	Зерновий напрям (33,31%) із розвиненим тваринництвом (30,53%)

(принцип 20/80). У найбільш загальному вигляді він формулюється так: 20% зусиль дають 80% результату. У нашому разі: 20% асортименту дають 80% виторгу або прибутку.

АВС-аналіз асортименту дає змогу розбити великий асортимент товарів на три групи, що мають різний вплив на загальний результат (обсяг продажів). Іншими словами, АВС-аналіз дає змогу:

- виділити позиції, які додають найбільший внесок у сумарний результат;
- аналізувати три групи замість великого списку;
- повторити процедуру в межах окремо взятої групи.

Під час проведення АВС-аналізу асортимент розділяють на три основні групи:

- група А – продукція з найбільшим обсягом продажів;
- група В – продукція з помірним обсягом продажів;
- група С – продукція з низьким обсягом продажів [3, с. 26; 7].

Перш ніж проводити АВС-аналіз, необхідно проаналізувати параметри асортименту досліджуваних підприємств, адже оптимальний товарний асортимент є для кожного аграрного підприємства індивідуальним і має достатньо значний вплив на формування маркетингової стратегії діяльності підприємства у розрізі стратегії управління асортиментом.

За допомогою даних табл. 2 проаналізовано широту та глибину асортименту аграрних підприємств Сумської області [6].

Провівши аналіз таблиці, можна констатувати, що асортимент у досліджуваних аграрних підприємствах Сумської області є майже одноманітним і складається переважно із зернових та зернобобових культур, бобів сої, насіння соняшнику, вирощування ВРХ та свиней і молока.

Найбільш глибокий асортимент серед підприємств, що досліджуються, має ПрАТ «Сад», де глибина по продукції рослинництва становить 10, а глибина по продукції тваринництва – 3. Найменш глибокий асортимент мають

Приватна агрофірма «Колос» та ТОВ «Хлібодар», де глибина асортименту по продукції рослинництва становить 4, а глибина по продукції тваринництва – 2.

Автором проведено АВС-аналіз вибраних підприємств Сумської області відповідно до обсягів виручки від реалізації сільськогосподарської продукції. Даний вид аналізу проводиться для розроблення стратегії з оптимізації товарного асортименту аграрних підприємств Сумської області, які вибрано для дослідження. Зведену інформацію представлено нижче (табл. 3).

Провівши АВС-аналіз асортименту аграрних підприємств залежно від чистого доходу (виручки) від реалізації, можна зробити висновок, що продукція, яку виробляють досліджувані підприємства, переважно входять до групи В та групи С.

Боби сої, велика рогата худоба та свині в усіх аграрних підприємствах у структурі асортименту входять до групи С, а культури зернові та зернобобові входять здебільшого до групи А та групи В.

Стратегічні рішення для кожної з груп сільськогосподарської продукції такі:

- група «А» – підтримувати наявний обсяг виробництва та реалізації для отримання стабільних прибутків;
- група «В» – вкласти інвестиції для поступового переведення до групи «А»;
- група «С» – замінити продукцію даної групи на нову, більш прибуткову та прогресивну.

Матриця БКГ (Бостонської консалтингової групи) – це матриця, яку використовують для планування маркетингу та проведення стратегічного аналізу. Вона базується на порівнянні двох показників: відносної частки ринку (відношення між часткою ринку, яку займає кожний вид продукції, і загальним обсягом ринку, на якому вона представлена) та темпів зростання ринку (річний темп зростання продукції даної галузі, можливість подальшого розширення ринку).

Таблиця 2

## Маркетингові параметри асортименту досліджуваних аграрних підприємств Сумської області

Аграрне підприємство	Широта асортименту	Глибина асортименту
Приватна агрофірма «Колос»	Продукція рослинництва	Пшениця озима. Кукурудза на зерно. Боби сої. Насіння соняшнику
	Продукція тваринництва	ВРХ. Молоко
Сільськогосподарське товариство «Вікторія»	Продукція рослинництва	Пшениця озима. Кукурудза на зерно. Ячмінь. Овес. Гречка. Культури зернобобові. Боби сої. Насіння соняшнику
	Продукція тваринництва	ВРХ. Свині. Молоко
ТОВ «Хлібодар»	Продукція рослинництва	Пшениця озима. Кукурудза на зерно. Боби сої. Насіння соняшнику
	Продукція тваринництва	ВРХ. Молоко
ПП «Карпенко»	Продукція рослинництва	Пшениця озима. Кукурудза на зерно. Ячмінь. Овес. Боби сої. Насіння соняшнику
	Продукція тваринництва	ВРХ. Молоко
ПрАТ «Радгосп Шевченківський»	Продукція рослинництва	Пшениця озима. Кукурудза на зерно. Ячмінь. Боби сої. Насіння ріпаку й кользи. Насіння соняшнику
	Продукція тваринництва	ВРХ. Свині. Молоко
ТОВ «Вітчизна»	Продукція рослинництва	Пшениця озима. Кукурудза на зерно. Гречка. Боби сої. Насіння соняшнику
	Продукція тваринництва	ВРХ. Молоко
СТОВ «Перемога»	Продукція рослинництва	Пшениця озима. Кукурудза на зерно. Боби сої. Насіння соняшнику
	Продукція тваринництва	Свині
ПрАТ «Сад»	Продукція рослинництва	Пшениця озима. Кукурудза на зерно. Ячмінь. Гречка. Культури зернобобові. Боби сої. Насіння соняшнику. Картопля. Культури овочеві. Культури плодів та ягідні
	Продукція тваринництва	ВРХ. Молоко. Мед
Виробничий сільськогосподарський кооператив «Зоря»	Продукція рослинництва	Пшениця озима. Кукурудза на зерно. Ячмінь. Овес. Жито. Боби сої. Насіння соняшнику
	Продукція тваринництва	ВРХ. Свині. Молоко

Зведена інформація ABC-аналізу аграрних підприємств

Продукція	Аграрне підприємство									
	Приватна агрофірма «Колос»	Сільськогосподарське товариство «Вікторія»	ТОВ «Хлібодар»	ПП «Карпенко»	ПрАТ «Радгосп Шевченківський»	ТОВ «Вітчизна»	СТОВ «Перемога»	ПрАТ «Сад»	Виробничий сільськогосподарський кооператив «Зоря»	
	Клас									
Культури зернові та зернобобові	B	B	B	C	B	A	B	A	A	
Боби сої	C	C	C	C	C	C	C	C	C	
Насіння ріпаку й кользи	-	-	-	-	B	-	-	-	-	
Насіння соняшнику	C	B	B	C	B	C	C	B	B	
Картопля	-	-	-	-	-	-	-	C	-	
Культури овочеві	-	-	-	-	-	-	-	C	-	
Культури плодові та ягідні	-	-	-	-	-	-	-	C	-	
Велика рогата худоба	C	C	C	C	C	C	-	C	C	
Свині	-	C	-	-	C	-	C	-	C	
Молоко	A	C	C	B	A	B	-	C	C	
Мед	-	-	-	-	-	-	-	C	-	

Матриця БКГ, таким чином, визначає чотири основні позиції, в яких може перебувати продукція (квадранти матриці), які отримали загально визнані нині маркетингові назви:

- знак питання («важкі діти») – високий темп зростання, низька частка ринку;
- «зірка» – високий темп зростання, висока частка ринку;
- «дійна корова» – низький темп зростання, висока частка ринку;
- «собака» – низький темп зростання, низька частка ринку [2, с. 35; 4, с. 211].

Автором проведено аналіз із використанням матриці БКГ вибраних підприємств Сумської області. Зведену інформацію щодо проведеного аналізу представлено в табл. 4.

Для наявних категорій матриці БКГ автором запропоновано такі стратегічні рішення:

- 1) для категорії «дійних корів»:
  - маркетингова стратегія – стратегія широкого проникнення;
  - виробнича стратегія – орієнтація на повне використання виробничого потенціалу;
  - фінансова стратегія – або отримання максимальної вигоди, або зниження цін, або стратегія збору урожаю;
  - загальна стратегія – або імітаційна, що передбачає придбання та адаптацію нової техніки та технології виробництва, що дасть змогу зменшити витрати на виробництво чи вдосконалити (поліпшити) продукцію, а також

Таблиця 4

Зведена інформація аналізу матриць БКГ аграрних підприємств

Продукція	Аграрне підприємство									
	Приватна агрофірма «Колос»	Сільськогосподарське товариство «Вікторія»	ТОВ «Хлібодар»	ПП «Карпенко»	ПрАТ «Радгосп Шевченківський»	ТОВ «Вітчизна»	СТОВ «Перемога»	ПрАТ «Сад»	Виробничий сільськогосподарський кооператив «Зоря»	
	Маркетингова позиція									
Культури зернові та зернобобові	дійні корови	дійні корови	собаки	дійні корови	дійні корови	дійні корови	собаки	собаки	дійні корови	
Боби сої	дійні корови	дійні корови	дійні корови	дійні корови	дійні корови	дійні корови	дійні корови	дійні корови	дійні корови	
Насіння соняшнику	дійні корови	дійні корови	дійні корови	дійні корови	дійні корови	дійні корови	дійні корови	дійні корови	дійні корови	
Картопля	-	-	-	-	-	-	-	дійні корови	-	
Культури овочеві	-	-	-	-	-	-	-	дійні корови	-	
Культури плодові та ягідні	-	-	-	-	-	-	-	дійні корови	-	
Велика рогата худоба	дійні корови	дійні корови	дійні корови	дійні корови	дійні корови	дійні корови	-	дійні корови	дійні корови	
Свині	-	собаки	-	-	дійні корови	-	дійні корови	-	дійні корови	
Молоко	собаки	дійні корови	дійні корови	дійні корови	собаки	собаки	-	дійні корови		

підвищення якості та вдосконалення існуючої продукції шляхом придбання ліцензій із мінімальними витратами на власні НДДКР, або традиційна, що передбачає підвищення якості та вдосконалення форм обслуговування високорентабельної продукції;

2) для категорії «собак»:

– маркетингова стратегія – або стратегія вибіркового проникнення, або стратегія пасивного маркетингу;

– виробнича стратегія – або орієнтація на суттєві зміни технології, або орієнтація на мінімальний попит;

– фінансова стратегія – або деінвестування, або мінімізація витрат;

– загальна стратегія – або опортуністична, що передбачає підвищення якості продукції II покоління, що не потребує високих витрат і реалізацію мінімальних стратегічних змін в інноваційному розвитку, або стратегія диференціації, яка є способом завоювання конкурентних переваг шляхом збільшення споживчих якостей товару порівняно з тими, якими володіє конкурент, або стратегія «лідерство за витратами», що спрямована на зниження витрат по всьому ланцюгу цінностей підприємства, на всіх етапах та напрямках його виробництва та обігу.

Згідно з моделлю, яку запропонував І. Ансофф, існують чотири альтернативні стратегії росту бізнесу, спрямовані на реалізацію маркетингових цілей. Вибір маркетингової стратегії, мета якої – збільшення обсягів продажу, ринкової частки та прибутку, залежить від того, який товар виготовляється – новий у товарній номенклатурі підприємства чи наявний (старий, який підприємство вже виготовляє і продає), та від ринку наявного, тобто такого, на якому підприємство вже діє, чи нового для цього підприємства ринку:

– стратегія глибокого проникнення на ринок;

– стратегія розвитку ринку;

– стратегія розвитку товару;

– стратегія диверсифікації [1, с. 103; 5, с. 120].

Дана матриця допомагає аграрним підприємствам знайти перспективні стратегії для подальшого розвитку. На основі проведених досліджень нами побудовано матрицю Ансоффа для аграрних підприємств Сумської області у цілому (табл. 5).

Відповідно до складеної матриці, кожне аграрне підприємство Сумської області залежно від особливості своєї діяльності може вибрати найприйнятніший стратегічний напрям для розвитку.

**Висновки.** Згідно з проведеним дослідженням, автором запропоновано такі стратегічні рішення для підвищення ефективності розвитку маркетингової діяльності аграрних підприємств Сумської області:

– на основі АВС-аналізу – для продукції групи А аграрним підприємствам необхідна стратегія підтримання наявного рівня реалізації, для продукції групи В – підсилення та майбутнє переведення до групи А, для продукції групи С – повне вилучення та заміна або підсилення для переведення до групи В;

– на основі аналізу матриці БКГ – використання у комплексі маркетингової, фінансової, виробничої та загальної стратегій для кожної з груп сільськогосподарської продукції;

– на основі матриці розвитку Ансоффа – вибір із зазначеного переліку найприйнятнішої стратегії розвитку для кожного аграрного підприємства.

У цілому розроблення стратегії діяльності аграрного підприємства є її вагомим інструментом для утримання провідних позицій на ринку в умовах непередбачуваності змін зовнішнього середовища та зростаючого числа конкурентів.

Таблиця 5

Матриця Ансоффа для аграрних підприємств Сумської області

	Товари існуючі	Товари нові
Ринки існуючі	1. Стимулювання збуту постійних покупців шляхом застосування системи знижок 2. Активізація рекламної діяльності	1. Застосування нових технологій виробництва 2. Розширення асортименту 3. Розроблення та використання органічно чистої упаковки
Ринки нові	1. Вихід на ринки сусідніх областей 2. Створення власної ефективної збутової мережі	1. Виробництво органічної продукції 2. Виробництво готової переробленої продукції (консерви, сири та молочні продукти, олія, масло, макаронні вироби та ін.) 3. Розширення виробництва конопляної продукції

#### Список використаних джерел:

1. Балабанова Л.В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: стратегічний підхід. Донецьк : ДонДУЕТ. 2006. 294 с.
2. Біленький О.Ю. Вдосконалення системи управління асортиментом продукції: напрями та результативність. *Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова*. 2013. Вип. 1/1. С. 31–37.
3. Громовик Б.П. Управление товарным ассортиментом предприятия с помощью АВС и XYZ-анализа. *Аптека*. 2003. № 6(377). С. 25–30.
4. Злупко Л.А. Формування товарного асортименту – засіб підвищення ефективності товарної політики. *Науковий вісник НТЛВ України*. 2012. Вип. 22.4. С. 211.
5. Марченко О.І. Асортимент продукції підприємства як важливий фактор зростання прибутку. *Формування ринкових відносин України*. 2006. № 8(63). С. 119–122.
6. Регіони України 2018 : статистичний збірник / Державна служба статистики України. Київ, 2019. 630 с.
7. Троян А.В. Особливості асортиментної політики підприємства в сучасних умовах господарювання. URL : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2708> (дата звернення: 23.11.2019).

#### References:

1. Balabanova L.V. (2006) *Marketinghove upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstv: stratehichniy pidkhid* [Marketing management of enterprise competitiveness: a strategic approach]. Donetsk: DonDUET (in Ukrainian).
2. Bilenyi O.Yu. (2013) *Vdoskonalennia systemy upravlinnia asortymentom produktsii: napriamy ta rezultatyvnist* [Improvement of the product range management system: directions and efficiency]. *Visnyk ONU imeni I.I. Mechnykova*. Vol. 1/1. pp. 31–37.
3. Gromovik B.P. (2003) *Upravlenie tovarnym assortimentom predpriyatiya s pomoshch'yu AVS i XYZ-analiza* [Managing the company's product range using ABC and XYZ analysis]. *Ezhenedel'nik apteka*. Vol. 6(377). pp. 25–30.

- Zlupko L.A. (2012) Formuvannia tovarnoho asortymentu – zasib pidvyshchennia efektyvnosti tovarnoi polityky [The formation of the product range – a means of improving the effectiveness of commodity policies]. *Naukovyi visnyk NTLU Ukrainy*, Vol. 22.4 p. 211.
- Marchenko O.I. (2006) Asortyment produktii pidpriemstva yak vazhlyvyi faktor zrostantia prybutku [Product range of the enterprise as an important factor of profit growth]. *Formuvannia rynkovykh vidnosyn Ukrainy*. Vol. 8 (63). pp. 119–122.
- Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2019) Rehiony Ukrainy 2018: statystychnyi zbirnyk [Regions of Ukraine 2018: Statistical Yearbook]. Kyiv.
- Troian A.V. Osoblyvosti asortymentnoi polityky pidpriemstva v suchasnykh umovakh hospodariuvannia [Features of the assortment policy of the enterprise in modern conditions of management]. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2708> (accessed 23 November 2019).

#### УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВЫМИ СТРАТЕГИЧЕСКИМИ РЕШЕНИЯМИ АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ПРОВЕДЕННОГО МАТРИЧНОГО АНАЛИЗА АССОРТИМЕНТА

**Аннотация.** В статье исследованы вопросы управления маркетинговыми стратегическими решениями аграрных предприятий с использованием результатов проведенного матричного анализа ассортимента. Отмечено, что главная задача аграрных предприятий в рыночных условиях хозяйствования – повышение конкурентоспособности и эффективности деятельности. Для обеспечения эффективного использования и внедрения маркетинговых стратегий деятельности аграрным предприятиям необходимо использовать матричные методы для анализа ассортимента. Использованы ABC-анализ, БКГ-анализ и анализ матрицы Ансоффа. Автор разрабатывал стратегические решения с использованием приведенных выше матриц для аграрных предприятий Сумской области. Констатируется, что разработка стратегии деятельности аграрного предприятия является ее весомым инструментом для удержания лидирующих позиций на рынке в условиях непредсказуемости изменений внешней среды и растущего числа конкурентов.

**Ключевые слова:** маркетинг, маркетинговая стратегия, маркетинговое управление, ассортимент, аграрное предприятие.

#### MANAGEMENT OF MARKETING STRATEGIC DECISIONS FOR AGRICULTURAL ENTERPRISES BASED ON THE RESULTS OF THE MATRIX ANALYSIS OF THE ASSORTMENT

**Summary.** The article explores the issues of management of marketing strategic decisions of agrarian enterprises using the results of the conducted matrix analysis of the assortment. The author stated that the main task of agrarian enterprises in market system of management is to increase competitiveness and efficiency of activity. To ensure the effective use and implementation of marketing strategies for agricultural enterprises, it is necessary to use matrix methods to analyze the assortment of the enterprise. In the article the author used ABC analysis, BCG analysis and Ansoff matrix analysis for creating marketing strategies and decisions. The author developed strategic solutions for agricultural enterprises of Sumy region. When conducting a survey of the general state of the region it is determined that as of 2019 there are 1031 agricultural enterprises in the region. The largest number in the structure of agricultural formations of the region is occupied by farms. Basically, agricultural enterprises in Sumy region have grain specialization and grow soybeans and sunflowers, as these crops are the most profitable. According to the research, the author suggested the following strategic solutions for improving the effectiveness of marketing activities of agricultural enterprises of Sumy region: based on ABC analysis - for products of group A, agricultural enterprises need a strategy of maintaining the existing level of sales, for products of group B - enhancement and future transfer to group A, for group C products - complete removal and replacement or reinforcement for transfer to group B; based on the analysis of the BCG matrix - agricultural enterprises need to use in the complex of marketing, financial, production and overall strategy for each of the agricultural product groups; based on Ansoff's development matrix - agricultural enterprises need to select from the list the most appropriate development strategy for each agricultural enterprise. The article stated that the development of marketing strategies for agricultural enterprises is an important tool for maintaining a leading position in the market in the conditions of unpredictable changes in the environment and growing number of competitors.

**Key words:** marketing, marketing strategy, marketing management, assortment, agricultural enterprise.



**Федишин М. П.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри публічних корпоративних  
фінансів та фінансового посередництва*

*Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича*

**Жаворонок А. В.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
асистент кафедри публічних корпоративних  
фінансів та фінансового посередництва*

*Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича*

**Ковальчук Н. О.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
асистент кафедри публічних корпоративних  
фінансів та фінансового посередництва*

*Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича*

**Fedyshyn Maiia**

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Associate Professor of Department of Public, Corporate  
Finances and Financial Mediation*

*Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University*

**Zhavoronok Artur**

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor  
Assistant Professor of Department of Public, Corporate  
Finances and Financial Mediation*

*Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University*

**Kovalchuk Nataliya**

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor  
Assistant Professor of Department of Public, Corporate  
Finances and Financial Mediation*

*Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University*

## МЕХАНІЗМ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ КРИЗОВИХ ЯВИЩ БАНКІВСЬКОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

У роботі оцінено механізм державного антикризового регулювання банківського сектору України, оскільки потрясіння в банківській сфері, різкі зміни зовнішніх і внутрішніх умов діяльності банківської системи, що призвели до паралізації платіжної системи, коливань курсу національної валюти, загострення політичних обставин, вказували на розгортання банківської кризи у 2014–2017 рр., унаслідок чого банківський сектор став неспроможним стабільно функціонувати та виконувати свої основні функції. Здійснено оцінку зовнішніх та внутрішніх чинників та дисбалансів, що зумовили появу банківської кризи, досліджено заходи з регулювання банківського сектору, що мали місце у кризовий та посткризовий періоди, і окреслено завдання із забезпечення фінансової стабільності банківського сектору та державного антикризового регулювання на найближчу перспективу. Ключовим завданням у механізмі державного антикризового регулювання в банківській системі авторами визначено недопущення появи кризових ситуацій шляхом здійснення постійної оцінки та завчасної діагностики ризиків через вироблення заходів відвернення або ефективної та швидкої локалізації й усунення негативних наслідків.

**Ключові слова:** банківська криза, державне регулювання, антикризові заходи, банківська галузь, фінансова стабільність.

**Вступ та постановка проблеми.** В останні роки намітилася явна тенденція до прискорення економічної і політичної нестабільності на національному, регіональному та глобальному рівнях. Банківські системи, які поглинають політичні, макроекономічні та інституційні ризики, знаходяться в найбільш несприятливому становищі на тлі зростаючих дисбалансів. Банківська система відображає фінансово-економічний стан країни і, безумовно, першою реагує як на відновлення економіки, так і на її неминуче зниження. Водночас виникнення нестабільності в банківському секторі саме по собі призводить до негативних наслідків економічного розвитку. Ці проблеми актуалізу-

ють застосування механізму антикризового регулювання банківського сектору економіки.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню аспектів антикризового державного регулювання задля забезпечення стабільності банківської системи присвячено роботи науковців О. Барановського, А. Гальчинського, І. Лютого, С. Ксьондза, С. Науменкової, Л. Постебі, Н. Шелудько та ін. Практичні проблеми застосування окремих методів регулювання банківської кризи висвітлено у працях О. Береславської, Ю. Василенко, В. Міщенко, С. Шульги та ін. Питання антикризового регулювання залишаються дуже актуальними,

потребують постійного аналізу та вдосконалення, а також створення підґрунтя для оцінювання ефективності заходів у середньостроковій та довгостроковій перспективах.

**Метою** даної роботи є дослідження причин та наслідків кризових явищ у банківському секторі та надання поточної оцінки заходам антикризового державного регулювання банківської системи України.

#### Результати дослідження.

Поширення кризи в економіці загрожує не тільки прибутковості банків, а й у цілому їх функціонуванню. Основними причинами припинення діяльності банків є їхня нездатність нейтралізувати ризики в банківській системі, а також виконати свої зобов'язання, що пов'язано з відсутністю ресурсної бази. За інформацією НБУ, протягом 2014–2017 рр. загальна сума збитків, яку завдали неплатоспроможні банки економіці країни, становить 158,4 млрд. грн. Процес виведення з ринку банківських установ нині триває та актуалізує питання посилення антикризового регулювання банківської системи.

Державне антикризове регулювання відіграє важливу роль серед компонентів механізму державного регулювання економіки, зокрема банківського сектору. Його основне завдання – забезпечити фінансову стабільність, платоспроможність банків, дотримання всіх вимог і виконання їхніх зобов'язань шляхом постійного моніторингу, контролю, запобігання існуючим і потенційним ризикам, подолання кризових явищ та їх мінімізації.

Заходи, що активно застосовувалися регулятором у період 2014–2016 рр., передусім були спрямовані на вирішення таких завдань:

1. Підтримка ліквідності банківської системи шляхом надання кредитів рефінансування і лібералізації резервних вимог.

2. Прямі заходи щодо зниження інфляції і девальвації національної валюти.

3. Стабілізація ситуації на валютному ринку шляхом цілеспрямованих інтервенцій і обмежувальних заходів щодо валютних операцій.

4. Стимулювання капіталізації банків шляхом прийняття відповідного рішення про збільшення мінімального статутного капіталу новостворюваних банків до 500 млн. грн з 01.07.2014 р і затвердження плану поступового збільшення статутного капіталу діючих банків до мінімальної суми в 500 млн. грн за 10 років.

5. Виведення проблемних і неплатоспроможних банків із ринку за рахунок збільшення капіталу і (або) реструктуризації, реорганізації банків за результатами діагностичного обстеження на вимогу НБУ.

6. Забезпечення довіри до банківської системи за рахунок збільшення фінансування Фонду гарантування вкладів.

7. Підвищення відповідальності власників і керівництва за банкрутство банків шляхом прийняття відповідного законодавчого акта, що передбачає адміністративну, кримінальну та майнову відповідальність власників і інших осіб, пов'язаних із банком, за доведення банку до неплатоспроможності [1, с. 660; 3–7].

Зважаючи на системний характер кризи та часові обмеження, НБУ, насамперед, застосовував прямі методи антикризового регулювання. Проте фінансова підтримка банків, зокрема шляхом рефінансування НБУ, зумовлювала додаткові ризики: штучне подовження функціонування нестійких банків, накопичення боргів та ризик втрати платоспроможності в майбутньому [2].

Для підтримки ліквідності банків НБУ запровадив додаткові спеціальні механізми:

– механізм оперативного підтримання ліквідності банків, які мають вплив депозитів фізичних осіб, шля-

хом проведення НБУ позачергових тендерів строком до 360 днів [3, с. 205];

– механізм надання банкам кредитів для збереження ліквідності строком до 360 днів на індивідуальній основі за умов скорочення на 2% обсягу вкладів клієнтів за останні п'ять робочих днів (раніше діяв до 28.05.2014) [4].

Значну частку в обсягах кредитів рефінансування НБУ становлять стабілізаційні кредити. Так, у загальному обсязі кредитів, наданих НБУ банкам на строк більше 30 календарних днів, частка стабілізаційних кредитів становила у 2014 р. 24,4%, у I півріччі 2015 р. – зросла до 69,9% [5].

Накопичення заборгованості банків за кредитами НБУ проходило в умовах триваючого вилучення депозитів та значної частки проблемних кредитів на балансах банків. Тому обґрунтованим заходом стало затвердження умов реструктуризації боргів за кредитами рефінансування НБУ, які передбачають докапіталізацію банків. Згідно з Постановою Правління НБУ від 25.09.2014 № 602 «Про заходи щодо забезпечення повернення кредитів, наданих Національним банком України», НБУ надано право прийняти рішення про зміну істотних умов наданого кредиту рефінансування, переглянути їх строки та графіки погашення та застосовувати протягом дії кредитного договору процедуру особливого режиму контролю над діяльністю банку і призначити куратора [6].

Таким чином, сьогодні НБУ наголошує, що на рефінансування можуть розраховувати тільки платоспроможні банки, які мають достатній капітал або затверджену програму докапіталізації, прийнятну якісну заставу. При цьому забезпечується посилений контроль НБУ через куратора, який відстежує цільове використання стабілізаційного рефінансування [7].

Вирішення тимчасових труднощів банківської системи з ліквідністю не розв'язало проблем втрати фінансової стійкості банків. Державним органом доводиться вдосконалювати процедури виведення неплатоспроможних банків із ринку та фінансувати фонд гарантування вкладів фізичних осіб (ФГВФО) задля забезпечення виплат відшкодувань вкладникам. За 2014 р. ФГВФО запровадив тимчасову адміністрацію та прийняв рішення про ліквідацію 33 банків, за перше півріччя 2015 р. запроваджено тимчасову адміністрацію ще у 18 банках [5].

Із фінансових ресурсів Фонду в 2014 р. здійснено виплати гарантованої суми відшкодувань вкладникам банків у розмірі 8459,5 млн. грн, що у сім разів перевищували розмір виплат попереднього року. Крім того, у 2014 р. Фондом витрачено 5408,1 млн. грн як цільову позику для авансування виплат вкладникам банків протягом дії тимчасової адміністрації [7].

Безпрецедентна кількість неплатоспроможних банків та обсяги їхньої заборгованості перед вкладниками спричинили дефіцит ліквідності Фонду. Виплати відшкодувань здійснювалися за рахунок коштів, залучених у вигляді кредитів НБУ та випуску ОВДП в обмін на векселі Фонду. Таким чином, у 2014 р. Фондом залучено від держави коштів на суму 20315,1 млн. грн, що становило 83% від загальної суми фінансування. Державний бюджет України на 2015 р. також передбачав фінансування Фонду в розмірі 20 млрд. грн [8].

Процес «очищення» банківської системи, який характеризувався масовою ліквідацією банків, величезними сумами компенсації тисячам вкладників, значними обсягами проблемних активів, потребував негайної реформи системи гарантування вкладів, зокрема для посилення ролі і повноважень Фонду як тимчасового адміністратора та ліквідатора. У цьому аспекті необхідно відзначити два термінові законодавчих акти, прийняті протягом 2015 р.

Прийняття Закону України № 218-VIII від 02.03.2015 «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо відповідальності осіб, пов'язаних із банком» мало позитивну дію. У рамках законодавчих змін Фонду було надано право вимагати компенсацію за шкоду, заподіяну неспроможним банком пов'язаним особам, дії чи бездіяльність яких спричинили заподіяння банком збитків, а також тим, хто отримав майновий дохід як результат. На практиці на підставі заяв, поданих Фондом, на початку липня 2015 р. було порушено 326 кримінальних справ про банкрутство банків-банкрутів на загальну суму 64 млрд. грн [9].

Другим законодавчим рішенням став Закон України від 16.07.2015 № 629-VIII «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо вдосконалення системи гарантування вкладів фізичних осіб та виведення неплатоспроможних банків із ринку» [10, с. 762].

Дані законодавчі зміни вводилися поетапно та були спрямовані на розширення повноважень Фонду та підвищення ефективності управління майном банків, прискорення процедур тимчасової адміністрації та ліквідації банків, а також на забезпечення швидкого доступу до вкладів у разі визнання банків неплатоспроможними. Суттєвим нововведенням Закону є включення до переліку суб'єктів, на яких поширюється гарантування банківських вкладів, фізичних осіб – підприємців із 1 січня 2017 р. Таким чином, можна очікувати, що законодавчі зміни щодо вдосконалення системи гарантування банківських вкладів сприятимуть завершенню процесу очищення банківської системи та її стабілізації, відновленню довіри вкладників до банків.

Дослідження показників роботи банківської системи України за період 2014–2017 рр. дає змогу виділити такі основні тенденції:

1. Зменшення кількості банків (зі 180 банків у 2014 р. до 117 у 2015 р., до 82 у 2017 р. та до 77 установ станом на початок 2019 р.) у зв'язку з недостатнім рівнем капіталізації та ліквідності активів, а також під впливом активного втручання регулятора (позбавлення ліцензій неплатоспроможних банків) у функціонування банківської системи.

2. Зменшення прибутковості роботи банків (у зв'язку з девальвацією національної валюти, збільшенням валютних зобов'язань, зменшенням чистих процентних доходів, ситуацією з «ПриватБанком») (збитки банківської системи у 2016 р. становили 159,4 млрд. грн).

3. Погіршення якості кредитних портфелів, збільшення питомої ваги проблемних у зв'язку з неякісним управлінням кредитними ризиками (частка простроченої заборгованості помітно зросла до 30,6% у 2016 р., 57,3% – у 2017 р. та 54,54% – у 2018 р.).

4. Перегрупування структури власності, збільшення частки активів державних та системних банків [11; 7; 8].

Таким чином, проблеми у банківській галузі в 2014–2017 рр. спричинили такі зовнішні чинники, як військові дії у Східному регіоні та анексія Автономної Республіки Крим; зниження розвитку реального сектору економіки; посилення відтоку інвестицій; девальваційні процеси; зростання державного боргу та триваюча політична та економічна нестабільність.

Разом із цим у банківській системі накопичилося багато внутрішніх дисбалансів, таких як: недоліки корпоративного управління; низька якість ризик-менеджменту; доларизація банківських операцій; кредитування споріднених осіб та інсайдерів; операції з відмивання та конвертації коштів тощо [12, с. 15].

Під дією цих чинників банківська система України стала вразливою, розділеною на нестійкі, проблемні та неплатоспроможні банки.

Очищення банківської системи з початком кризи не давало можливості планувати та розвивати бізнес в Україні, збільшувати інвестиційну привабливість країни та закласти передумови економічного відновлення.

Сьогодні відновленню функціонування банківської системи сприяють завершення процесу виведення неплатоспроможних банків з ринку, поточна стабілізація на валютному ринку та поступове поліпшення інфляційної динаміки. Проте, зважаючи на комплексний характер кризи в країні, тривалість дії її зовнішніх та внутрішніх чинників, антикризове регулювання в банківській діяльності повинно спрямовуватися на усунення власних глибоких причин та дисбалансів. Назрілими залишаються питання відновлення приросту ресурсної бази банків, скорочення частки проблемних кредитів у портфелях, контролю над використанням та погашенням кредитів рефінансування НБУ, сприяння відповідальності власників та їхньої участі у фінансовій підтримці банків, забезпечення вчасних виплат відшкодувань вкладникам банків, які виводяться з ринку.

Однак забезпечення фінансової стабільності банківського сектору та підвищення ефективності державного регулювання має включати реалізацію в короткостроковій перспективі таких завдань:

1. Прискорити повноцінне функціонування Ради НБУ на принципах, що відповідають передумові стандартам корпоративного управління, шляхом створення комітетів при Раді з ризиків, аудиту, призначень, винагород і стратегії.

2. Вивчити й реалізувати успішно апробований у країнах ЄС досвід антикризових програм довгострокового рефінансування банків із залученням кредитних коштів, інвестицій та технічної допомоги міжнародних фінансових організацій (МФО).

3. Встановити регуляторні стимули для відновлення кредитування реального сектору економіки, у тому числі для малих та середніх підприємств.

4. Створити за прикладом країн ЄС державні компанії з прийняття у управління проблемних активів від банків, що опинилися в кризовому стані; використовувати фіскальні регулятори з метою розвантаження балансів банків для активізації кредитування реального сектору економіки.

5. Реалізувати програму нарощування експортного потенціалу України; посилення діяльності «Укресімбанку» як спеціалізованої установи та створення системи експортних гарантій на базі цього банку або його дочірньої установи, для стартового капіталу якої можна використовувати інвестиції держави в закриті державні банки, частково – кошти кредиту МВФ.

**Висновки.** Таким чином, стан незадовільного державного регулювання в банківській сфері у кризові 2014–2017 рр. на перший план виводить питання вдосконалення наявних правил і підходів до побудови механізму державного регулювання банківської системи. На нашу думку, більш ефективна така структура державного регулювання, котра передбачає, по-перше, чітке розмежування банківського регулювання, нагляду та контролю, по-друге, консолідацію діяльності державних органів влади в системі загального механізму з розподілом чітких зон відповідальності.

Більшість криз має однакову природу та передумови виникнення і полягає у значній дестабілізації всього банківського сектору або його частини, тому державне антикризове регулювання можна визначити як комплекс системних регулюючих дій органів державної влади, спрямованих на попередження, подолання кризи, усунення її негативних наслідків у банківській діяльності з метою забезпечення стабільного функціонування банківської системи та економіки країни у цілому.

Основним завданням державного антикризового регулювання в банківській системі є недопущення появи кризових ситуацій, тобто здійснення постійної оцінки та контролю над сильними і слабкими сторонами банківської системи країни з метою підвищення

фінансової стабільності та зниження ймовірності її краху, а в крайньому випадку – завчасна діагностика ризиків та вироблення системи заходів відвернення чи ефективної і швидкої локалізації й усунення негативних наслідків.

#### Список використаних джерел:

1. Головіна Я.С. Антикризове регулювання банківської системи України у період 2014 – перше півріччя 2015 р. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Вип. 7. С. 658–663.
2. Лойко В.В., Павленко В.В. Банківська система України: стан та перспективи розвитку. *Ефективна економіка*. 2015. № 9. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4447> (дата звернення: 25.11.2019).
3. Зверяков М.І., Зверяков О.М. Антикризове управління фінансовою стійкістю банку в умовах економічних дисбалансів : монографія. Одеса : ONEU, 2015. 418 с.
4. Статистика індикаторів фінансової стійкості. URL : [https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id](https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id) (дата звернення: 21.11.2019).
5. Річний звіт НБУ за 2015 рік. URL : <https://bank.gov.ua/> (дата звернення: 20.11.2019).
6. Про заходи щодо забезпечення повернення кредитів, наданих Національним банком України : Постанова Правління НБУ № 602 від 25.09.2014 URL : <https://rada.gov.ua> (дата звернення: 25.11.2019).
7. Макроекономічні показники / Національний банк України. URL : [https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id](https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id) (дата звернення: 25.11.2019).
8. Огляд банківського сектору України. URL : <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=43633516> (дата звернення: 20.11.2019).
9. Сайт Фонду гарантування вкладів фізичних осіб. URL : <http://www.fg.gov.ua/rehuliatorna-diialnist> (дата звернення: 20.11.2019).
10. Ксьондз С.М. Сучасний стан банківської системи України. *Економіка і суспільство*. 2016. № 7. С. 761–766.
11. Показники банківської системи / Національний банк України. URL : <https://bank.gov.ua> (дата звернення: 25.11.2019).
12. Міщенко В., Шульга С. Інституційні засади державної підтримки банківського сектору в період кризи. *Вісник НБУ*. 2009. № 8. С. 12–21.

#### References:

1. Holovina Ya.S. (2015) Antykrizove rehuliuвання bankivskoi systemy Ukrainy u period 2014 – pershe pivrichchia 2015 rokiv [Anti-crisis regulation of the banking system of Ukraine in the period 2014 – first half of 2015]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky* [Global and national problems of economy]. Vol. 7. pp. 658–663.
2. Loiko V.V., Pavlenko V.V. (2015) Bankivska systema Ukrainy: stan ta perspektyvy rozvytku [Banking system of Ukraine: the state and prospects of development]. *Efektivna ekonomika* [An efficient economy] (electronic journal). no. 9. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4447> (accessed 25.11.2019).
3. Zvieriakov M.I., Zvieriakov O.M. (2015) Antykrizove upravlinnia finansovoiu stiikestiu banku v umovakh ekonomichnykh dysbalansiv [Crisis management of bank financial stability in the conditions of economic imbalances]: monohrafiia. Odesa : ONEU, 418 p.
4. Statystyka indyikatoriv finansovoi stiikesti [Statistics of financial sustainability indicators]. Retrived from [https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id](https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id) (accessed 20.11.2019).
5. Richnyi zvit NBU za 2015 rik [NBU Annual Report 2015]. Available at: <https://bank.gov.ua/> (accessed 20.11.2019).
6. Pro zakhody shchodo zabezpechennia povernennia kredytiv, nadanykh Natsionalnym bankom Ukrainy [On measures to secure the repayment of loans granted by the National Bank of Ukraine]: Postanova Pravlinnia NBU № 602 vid 25.09.2014. Retrived from <https://rada.gov.ua> (accessed 25.11.2019).
7. Makroekonomichni pokaznyky [Macroeconomic Indicators from the Website of the National Bank of Ukraine]. Available at: [https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id](https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id) (accessed 25.11.2019).
8. Ohliad bankivskoho sektoru Ukrainy [Overview of the Ukrainian banking sector]. Available at: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=43633516> (accessed 20.11.2019).
9. Ofitsiyni sait Fondu harantuvannia vkladiv fizychnykh osib [The official site of the Deposit Guarantee Fund of individuals]. *fg.gov.ua* Retrived from <http://www.fg.gov.ua/rehuliatorna-diialnist> (accessed 20.11.2019).
10. Ksondz S.M. (2016) Suchasnyi stan bankivskoi systemy Ukrainy. [The current state of the banking system of Ukraine]. *Economy and society*. vol. 7, pp. 761–766.
11. Pokaznyky bankivskoi systemy [Banking system indicators from the Website of the National Bank of Ukraine]. Available at: <https://bank.gov.ua> (accessed 25.11.2019).
12. Mishchenko V., Shulha S. (2009) Instytutsiini zasady derzhavnoi pidtrymky bankivskoho sektoru v period kryzy. [Institutional principles of state support of the banking sector in times of crisis]. *Visnyk NBU*. [Bulletin of the National Bank of Ukraine]. No. 8, pp. 12–21.

### МЕХАНИЗМ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ КРИЗИСНЫХ ЯВЛЕНИЙ БАНКОВСКОЙ ОТРАСЛИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНЫХ ВЫЗОВОВ

**Аннотация.** В работе оценен механизм государственного антикризисного регулирования банковского сектора Украины, поскольку потрясения в банковской сфере, резкие изменения внешних и внутренних условий деятельности банковской системы привели к парализации платежной системы, колебаниям курса национальной валюты, обострению политических обстоятельств и указывали на развертывание банковского кризиса в 2014–2017 гг., в результате чего банковский сектор стал несостоятельным стабильно функционировать и выполнять свои основные функции. Авторами осуществлена оценка внешних и внутренних факторов и дисбалансов, которые обусловили появление банковского кризиса. Исследованы меры по регулированию банковского сектора, которые имели место в кризисный и посткризисный периоды и намечены задачи по обеспечению финансовой стабильности банковского сектора и государственного антикризисного регулирования на ближайшую перспективу.

**Ключевые слова:** банковский кризис, государственное регулирование, антикризисные меры, банковская отрасль, финансовая стабильность.

## THE MECHANISM OF STATE REGULATION OF CRISIS IN THE BANKING INDUSTRY IN THE CONDITIONS OF GLOBAL CHALLENGES

**Summary.** The paper assesses the mechanism of state anti-crisis regulation of the banking sector of Ukraine, as shocks in the banking sector, sharp changes in the external and internal conditions of the banking system, which led to the paralysis of the payment system, fluctuations in the national currency, exacerbation of political circumstances indicated the deployment of the 2014 banking crisis. 2017, as a result of which the banking sector has become unable to function consistently and perform its core functions. Therefore, the authors evaluated the external and internal factors and imbalances that led to the emergence of the banking crisis, investigated measures to regulate the banking sector that took place in the crisis and post-crisis period and outlined the task of ensuring the financial stability of the banking sector and state anti-crisis regulation in the near future. The authors determine that the restoration of the banking system is facilitated primarily by the completion of the process of withdrawal of insolvent banks from the market, the second - the current stabilization in the foreign exchange market and the gradual improvement of inflation dynamics. Given the complex nature of the crisis in the country, the duration of its external and internal factors, anti-crisis regulation in banking should be aimed at eliminating its own root causes and imbalances. The issues of restoring the growth of banks' resource base, reducing the share of problem loans in portfolios, controlling the use and repayment of NBU refinancing loans, facilitating accountability of owners and their participation in the financial support of banks, ensuring timely repayment of repayable deposits to market depositors are still ripe. State anti-crisis regulation can be defined as a set of systemic regulatory actions of public authorities aimed at preventing, overcoming a crisis, eliminating its negative consequences in banking activities in order to ensure the stable functioning of the banking system and the economy of the country as a whole. The key task in the mechanism of state anti-crisis regulation in the banking system was identified by the authors: prevention of crisis situations by carrying out continuous assessment and early diagnosis of risks through the development of measures of deterrence or effective and rapid localization and elimination of negative consequences.

**Key words:** banking crisis, state regulation, anti-crisis measures, banking industry, financial stability.

**Chaikovska Maryna**

*PhD, Assoc. Prof.*

*Department of Marketing and Business Administration,  
Odessa I. I. Mechnikov National University*

**Chushankova Valeria**

*graduate student*

*Faculty of Economics and Law,  
Odessa I. I. Mechnikov National University*

**Чайковська М. П.**

*кандидат економічних наук, доцент,*

*доцент кафедри маркетингу і бізнес-адміністрування  
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова*

**Чушанкова В.**

*магістр спеціальності «Менеджмент організацій»*

*економіко-правового факультету*

*Одеського національного університету імені І. І. Мечникова*

## MODERN MARKETING TOOLS AND DETERMINANTS IN TERMS OF GLOBALIZATION

**Summary.** The paper analyzes the opportunities and challenges for organizations caused by globalization processes. The determinants of the impact of globalization on transcultural communication are determined. New trends and problems in the context of globalization are revealed. The article analyses the effectiveness of the use of marketing tools in the company's activities in the context of globalization, such as e-mail marketing, telemarketing, networks and online marketing, taking into account the influence of the cultural factor. Some regional differences, typical characteristics that must be taken into account when doing business in different countries are considered. A factor model of business success is proposed in accordance with the ranking of marketing tools. Recommendations have been developed to improve the effectiveness of the marketing strategy, taking into account the identified determinants.

**Key words:** Globalization, Global markets, Global marketing, Global marketing opportunities, Global marketing threats.

**Introduction and problem statement.** In the last two decades the world has gone through the process of globalization that causes an increase in economic, financial, social, cultural, political, market and environmental interdependence among nations. Business is also inevitably affected by this process of change towards more interdependence. Although it provides new opportunities to businesses, globalization also creates new challenges for them as a result of intense competition between companies around the world. Companies from developing countries are particularly at risk because the commodities they produce must meet the global market criteria, in particular in terms of price, quality and delivery standards. These global trends bring new challenges to the companies and they need to adapt, in order to be competitive.

**Analysis of recent research and publications.** A lot of researchers have noted the numerous and nuanced impacts of globalization on countries and companies around the world. Among them Acocella N. [1], Dicken P. [2], Faiola A. [4], George R. [5] and Hill C. [7], Martell L. [10], Oman C. [11], Porter M. [12], Sorrells K. [14] are distinguished. Globalization creates a specific context with direct implications on companies having positive and negative effects. According to Oman C., economists perceive globalization by removing barriers to international economic development. This opinion suggests that globalization means an improvement in the reach of the economic ties between national economies, i.e. an increase in the movement of goods, labor force, resources and foreign direct investment, and the convergence of international commodity markets [14, p. 53].

The author Lechner F. describes globalization as «an interdependence between countries and nations around the

world, which has led to a massive reduction in transport and interaction costs and the elimination of artificial barriers to the flow of goods, resources, capital, information and people across boundaries». The consequence of these globalization processes is the convergence of economies, national states and technology, as well as the introduction of free market capitalism to nearly all countries around the world [9, p. 32].

According to Porter, the positive aspects of globalization relate to the possibility of acquiring inputs from anywhere, such as raw materials, capital and knowledge, then the spread of different activities abroad and the use of cheaper labor and capital, which helps to achieve competitive advantage [12, p. 156].

In fact, globalization provides faster access to new technology, new skills, new markets, new financial outlets and, more than ever before, more potential prospects for future growth. Successful companies are taking advantage of these tremendous prospects for globalization and are taking advantage of the patterns and activities that globalization provides. Such opportunities are the reason why more and more companies (not only large corporations, but also small and medium-sized enterprises) are seeking to have an international presence, even though they face pressing challenges. Globalization has affected and transformed the marketing industry, changing what it means to «grow» to include an international, multicultural and multilingual customer base. Global companies are tasked with deciding whether to implement a global marketing strategy where a similar marketing message is delivered in each country or an international approach that is unique to each market based on a cultural perspective and specific use of a product.

Several empirical studies [1–14] have been conducted to investigate how globalization actually affects the companies.

The literature review showed that there was enough information about the e-mail marketing and telemarketing in separate. However, not much research on this specific direct marketing combination has been done earlier. It was good to understand the concepts fully and separately before combining them in any way. This helped to form a good research framework that was to be the base for the rest of the research.

**The purpose of the paper** is to analyse the factors of increasing the effectiveness of the existing marketing strategy with the help of advanced company marketing tools in the context of globalization. According to the purpose there should be considered the next goals: to estimate the effect of globalization on processes of modern society; to analyse opportunities and challenges for organizations caused by globalization progress; to examine the marketing tools in terms of globalization; to elaborate a business formula of success according to the new marketing tools.

**Results of the research.** Globalization is a progressing handle by which territorial economies, social orders, and societies have to be coordinated through a globe-spanning arrange of communication and exchange. The term is in some cases utilized to refer to integration of national economies into the worldwide economy. It is normally done through exchange, outside speculation, capital streams, relocation and the spread of innovation.

Globalization and the international economy have influenced and changed the advertising industry, transforming what it means to «develop» to include an international, multicultural and multilingual customer base. The company is responsible for determining whether to adopt a global marketing plan where a particular promotional campaign is distributed in each country or a localized approach that is tailored to each region, depending on a cultural perspective and on the specific use of the brand.

There are probably four different marketing constituents that need to be considered if one analyses the extent of the marketing globalization. The standard «Four P's» of marketing: product, price, place, and promotion, are all affected as a company moves through the five evolutionary phases to become a global company. Ultimately, at the global marketing level, a company trying to speak with one voice is faced with many challenges when creating a worldwide marketing plan. Unless a company holds the same position against its competition in all markets (market leader, low cost, etc.) it is impossible to launch identical marketing plans worldwide.

Global marketing advantages can be defined as increases in market, trade, investment potential and resource accessibility. Changes in the business environment enable companies to access new markets, relocate their operations, and exploit cheap resources around the world with lower costs [10].

It has become easier for companies to sell their products to different locations to gain benefits from location advantage since there are less trade barriers in today's global marketplace. Companies are able to reach out and serve many new markets around the globe. Liberal movements of financial and human capital also facilitate their business transactions which has also become more efficient due to the globalization of technology. It also allows the marketer to not only reach consumers in a wide range of ways but enables them to offer a wide range of products and services. It includes, among other things, information management, public relations, customer service and sales. With the range of new technologies becoming available all the time, this scope can only grow.

Global marketing provides vast opportunities for technology marketers to better understand prospective customers by collecting and sharing information from and about users. However, given the inherent privacy concerns, governments,

industry groups and regulators have responded with a myriad of new and ever-changing rules, regulations and guidelines that present marketers with the challenge of understanding what they can and cannot do, particularly when launching campaigns in new markets or running campaigns across multiple countries bound by different laws. Not surprisingly, the specifics of these regulations vary greatly from country to country. It is still more complicated to make matters, laws of jurisdictions often overlap, requiring marketers to simultaneously comply with multiple, and sometimes conflicting, regulations. As a result, a global online marketing campaign often requires a marketer to navigate a regulatory minefield in which errors in guidance or execution can lead to embarrassing, and potentially costly, missteps.

The research based on an example of the international trade consultancy of Dutch origin BBI that collaborate with companies in international markets, assisting them in expanding their distribution markets. Its clients are able to expand to new markets and increase their revenues abroad. BBI is considered as a partner in the development internationalization, it reduces risks for the regular business [15].

When analysing the revenue we can see its increase during 2018–2019 due to the marketing tools. Main activities are the identification of clients, or more specifically the preparation a list of potential clients that qualify selection criteria and confirm their initial interest (including detailed company profiles). Choosing the country to export according to the market drivers and preparing the country ranking providing with partner selection, means making company profiles of potential importers, dealers, agents, etc. that fit selection criteria and open for cooperation. Preparing the company specializes in international growth roadmap, a clear plan that secures efficiency by defining priority products and countries, market entry models, partner criteria, etc.

BBI is using e-mail marketing, telemarketing, networking and online – marketing in order to find new customers and retain the old ones (Table 1).

Telemarketing could be seen as an art that requires a person to be engaging and capable of generating large volumes of new customer prospects. Successful telemarketing campaigns tend to be highly targeted, relying on accurate and well-defined customer data that matches customer profiles to product profiles.

The advantages of using telemarketing as a marketing tool are: cost-effectiveness, it increases sales, it is easy to use and there is a good possibility to target. With these facts telemarketing can be viewed as a good customer service.

Companies who want to gain customer loyalty should definitely invest in inbound telemarketing because customers can find it very intrusive if they have to wait service for too long. Furthermore, it is obvious that the employees have to know the products and services sold (Table 2).

As telemarketing and e-mail marketing are used in combination it was analysed how the following indicators work in synergy. The process of approaching is done in Bitrix 24 which is of a leading CRM system nowadays (Table 3).

When analysing the outcomes of implementation of e-mail and teleMK in France we can see that in total it made 498 active leads, 235 declined leads and 8 converted. The average conversion rate is 1.61%. In BBI converted lead is defined as an appointment made. The number of appointments in 2016 was 91; with making the first and follow up visits we got 8 important contracts with clients in Spain where the conversion ratio was 8%. The number of appointments in 2017 was 288, due to opening the new offices in Barcelona and Madrid. With making the first touch and follow up visits we got 31 important contracts with clients in where the conversion ratio was 9%.

Table 1

**Definitions of Marketing Tools**

	<b>Tools</b>	<b>Definitions</b>
1	Search Engine Marketing	SEM is an internet marketing method that increases the ranking of the website in search engine and brings more users and the bandwidth”
2	Online PR	“Maximizing favorable mentions of your company, brands, products or web sites on third-party web sites which are likely to be visited by your target audience”
3	Online Partnership	Affiliate marketing is one of the useful tools of online partnership to create website traffic
4	Telemarketing	Contacting customers by phone to make product or service offers.
5	E-mail Marketing	A wide variety of e-commerce marketers are using permission based e-mail communications to notify prospects of promotions and services, acquire new customers, increase sales, and, most importantly, develop and nurture an ongoing dialogue and relationship with their Customers”
6	Viral Marketing	Viral Marketing harnesses the network effect of the Internet and can be effective in reaching a large number of people rapidly.
7	Networking	Simply talking to people, making connections and developing relationships to help your circle of influence rise.

Table 2

**Telemarketing. Pros and cons**

<b>Advantages</b>		<b>Disadvantages</b>	
Company	Customer	Company	Customer
Reduce cost	Good service	Robinson list	Aggressive
Increase sales	No need for initiative	Expensive	Disturbing
Easy	Possible discounts	Negative responses	No possibility to abnegate
	Feels company’s focus	Targeting issues	Continuous

Table 3

**Conversion ratios**

<b>Total BBI</b>	<b>Scorecard 2018</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>All years</b>
France	Appointments TeleMK	34	28	22	
	First Visits	31	26	18	
	Follow - ups	15	16	13	
	Total Visits				
	Contracts	4	5	2	
	Ratio	2 %	2,5 %	1,5 %	2 %
Spain	Appointments TeleMK	91	288	222	601
	First Visits	96	351	280	
	Follow - ups	16	185	201	
	Total Visits	112	536	481	
	Contracts	8	31	45	106
	Ratio	8 %	9 %	16 %	11,55 %

In 2018 there were 222 appointments. With making the first touch and follow up visits we got 45 important contracts with clients in where the conversion ratio was 16%. So the average conversion rate is 11,55%, we can see that the highest values of appointment made was in 2017, however the outcome of 2018 is the best comparing to the previous years. The results are amazing, because the number of interested customers grew over during that period as telemarketing calls and e-mail marketing were targeted on only attracted customers and the company saved money and time at the same time.

The next point to analyse is the networking ranking. BBI is using networking actively. The use of LinkedIn is among the important things to emphasize. It allows members (both workers and employers) to create profiles and «connections» to each other in an online social network which may represent real-world professional relationships (Table 4).

The leading tools are telemarketing and e-mail marketing, and their implementation in BBI. The highest ratio of telemarketing is in the Netherlands. The worst outcomes are in France according to the cultural diversity (Table 5).

The business meetings are conducted differently in different countries. Although there might be some regional

variations, there is usually a number of typical characteristics that should be taken into account when conducting business in these countries. For analysing influence of Cultural factor there were selected the following countries where this influence is the most critical for the results of the interaction: Spain, Germany and France.

Compared to other Western European nations, the way business is done in Spain is more relaxed. Persons should be prepared to negotiate very complicated and time-consuming. The members allow enough time in your schedule before beginning talks to get to know your business partners properly. People keep in mind that, before business can be addressed; social bonds must be formed first. A good relationship is an integral part of Spain’s positive negotiations. Written statements are often granted less weight than in France or Germany, for instance.

Germany. Business negotiations tend to be analytical and factual. Business is hierarchical. Decision-making takes place at the highest levels of the company i.e. top down. It is not appropriate to bypass an associate of equal ranking by consulting with his or her superior, even if negotiations take a long time. Deference is given to the authority. Subordinates



Table 4

## Effectiveness of Online Marketing

Country	Online Marketing		Ranking
	Social Media Marketing	SEO	Average
The Netherlands	5	5	5
Spain	4	3	3
Denmark	3	3	3
Sweden	3	3	3
Belgium	3	2	2.5
France	2	1	1,5

Table 5

## Marketing tools ranking in BBI

Marketing tools	TeleMK	E-mail Marketing	Networking	Online Marketing
Relative importance, points	1	2	3	4
Relative weight, %	25.00%	25.00%	30.00%	20.00%
Country				
The Netherlands	5	5	5	4
Spain	5	4	5	3
Denmark	5	4	5	3
Sweden	5	4	5	3
Belgium	4	4	4	3
France	1	2	4	1

rarely contradict or criticise the boss publicly. Decision-making is often a slow and detailed process.

French executives tend to focus on long-term business relationships. Logic will dominate discussions, which at times might become intense. The French won't normally accept anything that goes away from their cultural norm and will avoid taking high risks. The decision making pace in the French business etiquette is rather slow. Patience will be appreciated whereas pressure will be taken negatively. Likewise, aggressive selling techniques will not generate a positive response; the focus is on discussion and exchange of information. Approaching French people via telemarketing we can face the arrogance and unlikelihood to expend the new markets and vice versa when calling to Spain people are more eager not to lose the opportunity to learn something new and improve their business strategy.

After analyses of all the factors mentioned above there are the important things to mention that succeed in creating a business model of success in BBI. It contains 37% of the internationalization factor, 31% of conversion rate of e-mail and telemarketing, 10% of rate of networks, 8% of conversion rate of appointments and 14% of the cultural factor.

$$S = \{0,37 I; 0,3T; 0,1R; 0,08 A; 0,14 C\},$$

Where:

I – Internationalization factor;

T – Conversion rate of e-mail and Telemarketing;

R – Rate of networks;

A – Conversion rate of appointments;

C – Cultural factor.

In order to improve the outcomes and to reduce the loss of clients, to retain the existing clients the company should improve the next KPIs:

To increase conversion rate of telemarketing. New techniques should be found in order to be used and implemented in the existing approach. As we can see telemarketing goes quite well despite it is not the modern one. To increase conversion rate of network, we have to emphasize the role of LinkedIn that helps to maintain good relationship with the prospective partners, clients. It gives an overview for a customer of the size of the company, number of the employees, short history etc.

To increase conversion rate of the first visits. The willingness to improve the existing result could lead to some traineeship and workshops on negotiations, sales and leading the appointments that the project managers can pass.

Cultural diversity remains a huge impact on the business models according to the business etiquette, punctuality, decision-making and open-mindedness to the new opportunities in different countries. For example, when approaching French people via telemarketing we can face the arrogance and unlikelihood to expend the new markets and vice versa when calling to Spain people are interested in assistance from a Dutch company and are more eager not to lose the opportunity to learn something new and improve their business strategy.

The purpose of this thesis was to solve the current problems of global company and answer the research question about «What is a model of success, based on the marketing tools in terms of globalization?»

Firstly, the research provided theoretical basis and hypotheses, as well as overview of globalization effects and definition of global marketing with its marketing opportunities and global marketing threats, marketing tools and practical implementation.

Secondly, the research of this thesis provided information on marketing tools for the business-to-business direct marketing: telemarketing, e-mail marketing, online marketing and its components and networks.

There are listed advantages and disadvantages as well as opinions from perspectives, the tips and recommendations. Among the advantages for the company there are cost effectiveness, increasing of sales, customer retention and good possibility to target, where the advantages for the customer are a good service, discounts, no need for initiative and that the email can be read when want.

Meanwhile, the negative points for company are regulations, the problem that the emails are not opened and the task for making the email interesting. When talking about the challenges for the customer we should consider that the email could be disturbing, have viruses and there was no possibility to end e-mail marketing. There are also practical tips for companies who use these tools.

**Conclusions.** The estimation of existing marketing tools was presented, with ranking and analysis of each of them. After that, there are listed the recommendations on increasing the effectiveness of marketing strategy and improvement of the existing results. Among them there are tips on conversion rate of telemarketing: new techniques should be found in order to be used and implemented in the existing approach, suggestions on improvement conversation rate of networks: to create the manuals on using LinkedIn, to participate in social and business events

with a prepared pitch in order to be able to attract new customers or just simply to get new business acquaintance. It is proposed to expand the new markets and explore the new countries with offices establishment, for example, Poland, Canada, the USA.

To sum up, the research provides good guidelines with a business success formula in the European countries mixing telemarketing, networks, e-mail marketing, direct marketing, rate of appointments and rate of cultural diversity in their business-to-business marketing.

#### References:

1. Acocella N. (2015) Economic policy in the Age of Globalization. New York: Cambridge University Press. No. 50. P. 108.
2. Dicken P. (2014) Global Shift: Reshaping the Global Economic Map in the 21st Century. London: SAGE. P. 87–88.
3. Easterly W., Williamson J. and Banerjee V. A. (2016) Channels from Globalization to Inequality: Productivity World versus Factor World. P. 39–81.
4. Faiola, Anthony (2009). A Global Retreat As Economies Dry Up. The Washington Post, P. 2-3. URL: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2009/03/04/> (Last accessed: 07.02.2019).
5. George R. (2008). The Blackwell Companion to Globalization John Wiley and Sons., URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1002/9780470691939.fmatter> (Last accessed: 18.11.2019).
6. Hans R. (2016) .Globality versus Democracy: The Changing Nature of International Relations in the Era of Globalization.
7. Hill, Charles W.L. (2014) International business: competing in the global marketplace (10th ed.). 250 p.
8. Kuruvilla, Sarosh; Ranganathan, Aruna (2018). Economic Development Strategies And Macro- And Micro-Level Human Resource Policies: The Case Of India's "Outsourcing" Industry". Industrial & Labor Relations Review.
9. Lechner, Frank J. and John Boli (2015). The Globalization Reader. New Jersey: Wiley-Blackwell Publishers. 560 p.
10. Martell L. The Sociology of Globalization. Policy Press. 2018: [https://www.researchgate.net/publication/259545479\\_The\\_Sociology\\_of\\_Globalization\\_by\\_Luke\\_Martell](https://www.researchgate.net/publication/259545479_The_Sociology_of_Globalization_by_Luke_Martell).
11. Oman C. (1999) Technological Change, Globalisation of Production and the Role of Multinationals, Growth and competition in the new global economy Paris: OECD. 344 p.
12. Porter M.E. (2008) On competition. Boston: Harvard Business Press. 485 p.
13. Sorrells, Kathryn.(2012) Intercultural Communication Globalization and Social Justice. Thousand Oaks: Sage Pubs. 345 p.
14. Sorrells, Kathryn (2012). Intercultural Communication Globalization and Social Justice. Thousand Oaks: Sage Pubs. 583 p.
15. Official website company Business Boost International BV: <https://bb-int.com/> (Last accessed: 28.11.2019).

### СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ І ДЕТЕРМІНАНТИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

**Анотація.** Сучасний світ характеризується потужними трансформаційними процесами глобалізації, які пов'язані з зростанням економічної, фінансової, соціальної, культурної, політичної, ринкової та екологічної взаємозалежності між країнами. З іншого боку глобалізаційні процеси вимагають суттєвих перетворень при формуванні маркетингових стратегій інтернаціональних компаній. Саме тому метою статті є аналіз факторів підвищення ефективності існуючої маркетингової стратегії за допомогою передових інструментів маркетингу компанії в контексті глобалізації. Відповідно до мети розглядаються наступні цілі: оцінити вплив глобалізації на процеси сучасного суспільства; дослідити маркетингові інструменти з точки зору глобалізації; розробити формулу успіху бізнесу відповідно до структури застосування інструментів маркетингу. Об'єктом статті є трансформація компанії в умовах глобалізації. Предметом роботи є використання сучасних маркетингових інструментів для підвищення ефективності маркетингової діяльності компанії в умовах глобалізації. В роботі проаналізовані ринкові можливості та маркетингові ризики діяльності міжнародної компанії, викликані процесами глобалізації. За допомогою системного підходу визначено детермінанти впливу глобалізації на транскультурну комунікацію. Розглянуто особливості елементів маркетингу між у міжнародному маркетингу. Наведено огляд маркетингових інструментів щодо інтернаціональних компаній, проаналізовано їх переваги та обмеження як для компанії, так й для споживачів. Проаналізовано ефективність та тенденції застосування маркетингових інструментів в діяльності компанії в умовах глобалізації, таких як e-mail маркетинг, телемаркетинг, Networking та онлайн-маркетинг, з урахуванням впливу культурного чинника. Розглянуто деякі регіональні відмінності, типові характеристики, які необхідно враховувати при веденні бізнесу в різних країнах. Запропоновано факторну модель успіху бізнесу відповідно до методу ранжування маркетингових інструментів. Розроблено рекомендації щодо підвищення ефективності маркетингової стратегії інтернаціональної компанії з урахуванням виявлених детермінант.

**Ключові слова:** глобалізація, глобальні ринки, глобальний маркетинг, глобальні маркетингові можливості, глобальні маркетингові загрози.

### СОВРЕМЕННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ И ДЕТЕРМИНАНТЫ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

**Аннотация.** В работе проанализированы возможности и проблемы для организаций, вызванные процессами глобализации. Определены детерминанты влияния глобализации на транскультурные коммуникации. Выявлены новые тенденции и проблемы менеджмента в контексте глобализации. Проанализирована эффективность применения маркетинговых инструментов в деятельности компании в условиях глобализации, таких как: e-mail маркетинг, телемаркетинг, Networking и онлайн-маркетинг, с учетом влияния культурного фактора. Рассмотрены некоторые региональные различия, типичные характеристики, которые необходимо учитывать при ведении бизнеса в различных странах. Предложена факторная модель успеха бизнеса в соответствии с ранжированием маркетинговых инструментов. Разработаны рекомендации по повышению эффективности маркетинговой стратегии с учетом выявленных детерминант.

**Ключевые слова:** глобализация, глобальные рынки, глобальный маркетинг, глобальные маркетинговые возможности, глобальные маркетинговые угрозы.

Чміль А. С.

*аспірантка кафедри глобальної економіки  
Національного університету біоресурсів і природокористування України*

Chmil Alla

*Postgraduate Student at the Department of Economics,  
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine*

## ДИНАМІКА ВИРОБНИЦТВА ТА ЕКСПОРТУ МЕДУ В УКРАЇНІ

**Анотація.** Світогосподарські тенденції позначаються глобалізацією продовольчих ринків, яка є специфічною ознакою сучасного і майбутнього розвитку агропродовольчого ринку України. За цих умов актуальності набуває проблема формування конкурентних переваг аграрних підприємств і розвитку конкурентних відносин у контексті євроінтеграційних перспектив і посилення інтеграційних зв'язків України. Наслідком жорсткої конкуренції у глобальному вимірі є оптимальний розподіл ресурсів, виявлення найбільш перспективних господарюючих суб'єктів, ефективне їх функціонування, задоволення попиту споживачів. Україна традиційно є одним з основних виробників меду у світі і може реалізовувати свої національні конкурентні переваги у тому числі за рахунок продукції бджільництва. Проте щоб Україна могла отримати позитивний ефект, а порівняльні переваги носили довготривалий характер, необхідно мати ефективну ринкову економіку, функціонування якої вимагає формування належного ринкового середовища, без якого неможливий цивілізований ринок, і передусім аграрний. Ці положення викликають науковий інтерес і зумовлюють вибір напряму дослідження.

**Ключові слова:** експорт, експортний потенціал, ринок, мед, зовнішньоекономічна діяльність.

**Вступ та постановка проблеми.** Україна входить до шістки найбільших виробників меду у світі, щороку виробляючи 4–5% світового виробництва. Проте спостерігаються значні коливання виробництва меду через низку обставин: спостерігається негативна тенденція до скорочення чисельності бджолиних сімей та зниження їхньої продуктивності, недостатня кормова база, неврегульоване використання пестицидів, що призводить до отруєння бджіл, зменшення поголів'я худоби, зменшення посівних площ, недостатні квоти на мед та ін. Вирішення цих та інших проблем галузі бджільництва потребує зваженої державної політики.

Однак, попри наявні дослідження, сьогодні недостатньо розглянуто питання формування конкурентоспроможності ринку меду й економічних механізмів його функціонування в умовах глобалізаційних процесів та реалізації євроінтеграційних прагнень України в парадигмі сталого розвитку національної економіки.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням вивчення ринку аграрної продукції, підвищення ефективності її виробництва, ціноутворення, формуванню ринкового механізму в агропромисловому комплексі приділяли увагу такі вітчизняні вчені, як: П.Г. Борщевський, П.І. Гайдучкий, М.Я. Дем'яненко, А.Д. Діброва, В.Н. Зимовець, С.М. Кваша, І.І. Лукінов, Л.І. Михайлова, Б.Я. Панасюк, Б.Й. Пасхавер, Г.М. Приймак, П.Т. Саблук, О.М. Онищенко, О.М. Шпичак, Л.М. Худолій та ін. Вагомий внесок у розвиток та функціонування галузі бджільництва та розвиток ринку її продукції на різних історичних етапах зробили В.В. Алпатов, А.А. Бойко, Л.І. Боднарчук, С.І. Бугера, А.М. Бутлеров, К.І. Ємець, Д.Б. Жученко, Г.А. Кожевников, М.В. Кравченко, Н.М. Кулагін, Ю.В. Нестерводський, В.П. Поліщук, П.І. Прокопович, Ю.В. Суперсон, О.М. Христенко, С.А. Чехов, П.С. Щербина, О.М. Яценко та ін.

**Метою** даної роботи є теоретико-методологічне та практичне обґрунтування наукових засад формування й розвитку ринку експортного меду, обґрунтування пріоритетних напрямів реалізації потенціалу галузі з урахуванням глобалізації агропродовольчих ринків. Об'єктом дослідження

виступає процес формування і розвитку ринку меду в умовах глобальних викликів. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі основні завдання:

- дослідити сучасний стан галузі бджільництва в контексті виробництва меду;
- дослідити наявність бджолиних колоній та їхню продуктивність у різних організаційно-правових формах господарювання;
- визначити сучасний стан експортного потенціалу галузі бджільництва України на світовому ринку;
- оцінити конкурентні позиції вітчизняної галузі бджільництва порівняно з основними країнами-конкурентами;
- визначити основні чинники, що впливають на стан розвитку вітчизняної галузі бджільництва.

### **Результати дослідження.**

В Україні бджільництво – одна з галузей, яка дає змогу збільшувати зайнятість населення і відкривати малий та середній бізнес на селі. Сприятливі природно-кліматичні умови України є передумовою розвитку цієї галузі, яка є однією з найбільш привабливих сегментів ринку для іноземних інвестицій та ширшої реалізації її потенціалу. Бджільництво має запилювально-медовий напрям, що забезпечує не лише виробництво продукції, а й використання бджіл як запилювачів ентомофільних сільськогосподарських рослин.

Виробництво меду в Україні, як правило, зосереджено в господарствах населення – 98% і лише 2% виробляється зареєстрованими суб'єктами господарювання, тому на ринку існує велика проблема у підрахунку кількості виробників, кількості виробленого меду та джерел його походження. Офіційна статистична інформація також не завжди надає вірні показники.

За даними Державного комітету статистики України, в усіх категоріях господарств налічується близько 3 млн. бджолиних сімей (табл. 1) [1].

Аналізуючи статистичні дані, бачимо, що у сільськогосподарських підприємствах відбувається значне зменшення кількості бджоломімей – на 42,6%, у господарствах населення також відбувається зменшення кількості сімей – на 11,3%. Такі негативні тенденції пояснюються

Динаміка кількості бджолиних сімей в Україні у 2012–2019 рр.

Показник	Наявність бджолосімей у с/г підприємствах, тис сімей	Питома вага, %	Наявність бджолосімей у господарствах населення, тис сімей	Питома вага, %	Всього
2012	83,9	2,9	2807,0	97,1	2890,9
2013	77,4	2,6	2858,1	97,4	2935,5
2014	71,0	2,4	2914,8	97,6	2985,8
2015	59,0	2,2	2640,6	97,8	2699,6
2016	49,9	1,9	2540,1	98,1	2590,0
2017	47,1	1,9	2440	98,1	2487,1
2018	43,5	1,8	2480,2	98,2	2523,7
2017/2018 %	107,7	-	98,4	-	98,5

Джерело: розраховано за даними [1]

тим, що відбувається постійне отруєння бджіл пестицидами, або хімічний токсикоз.

Окрім того, в українському класифікаторі видів економічної діяльності відсутній код, за яким можливо ідентифікувати зареєстрованого суб'єкта господарювання як виробника меду. Даний вид діяльності віднесено до коду 01.49 «Розведення інших тварин» (до якого відносяться кролі, домашні тварини, хутрові, молоски, страуси тощо).

За приблизними підрахунками Мінагрополітики, в Україні налічується близько 400 тис пасічників, які у разі їх реєстрації є потенційними суб'єктами малого бізнесу у формі фермерських господарств та виробничих кооперативів.

Фактично сьогодні кожен сотий українець займається бджільництвом. Виробництво меду в Україні забезпечує повністю внутрішню споживчу потребу країни та в 2017 р. становило 67848 т. Однак даний показник не відповідає реальній ситуації на ринку. Починаючи з 2014 р. статистика показує спад виробництва меду – з моменту запровадження житлово-комунальних пільг для населення, які мають безпосередній вплив на зниження доходів, отриманих від реалізації сільськогосподарської продукції.

Якщо в 2013 р. виробництво становило 73713 т, то в 2014 р. цей показник знизився на 10%, а в 2017 р. – до 20%. Як наслідок, офіційна статистика у 2017 р. зафіксувала практично повне співпадіння між показниками експорту та внутрішнім виробництвом меду (96%).

У результаті обсяг споживання населенням у 2017 р. становив лише 60 г на одну особу на рік. Це свідчить про повне викривлення офіційної інформації щодо виробництва меду за останні роки. Таким чином, ризикуючи втратити соціальну пільгу, сільське населення шляхом зниження доходів створило умови для «сірої зони» виробництва меду.

Майже 57 тис т, або 80% усього українського меду, експортується (переважно до ЄС). Потенціал виробництва, виходячи із посівів медоутворюючих рослин, – до 140 тис т меду на рік. Також важливою проблемою є те, що в Україні не діють жодні обов'язкові вимоги до якості меду, а існуючий держстандарт є добровільним. Також на даному графіку зображено динаміку експорту за заданий період, адже ринок меду в Україні має експортну орієнтацію. Україна щороку посідає друге-третє місце серед світових експортерів, поступаючись лише Китаю та Аргентині.

Порівняно з 2011 р. такі обсяги зросли майже у сім разів. Зокрема, у 2011 р. Україна експортувала 9873 т, а в 2017 р. – 67848 т. Валютна виручка від експорту меду в 2011 р. становила 27821 тис дол. США, а в 2017 р. – 133821 тис дол. США.

Значний попит на український мед у ЄС, що підтверджується вибором тарифної квоти вже протягом першого місяця року. У рамках співпраці з ЄС (Зона вільної торгівлі) Україна отримала тарифну квоту для меду за ставкою 0% у розмірі 5 тис т. При цьому 28.06.2017 Рада ЄС погодила пропозицію Європейського Парламенту стосовно збільшення квот для України. Зокрема, квота для меду була збільшена на 2,5 тис т. Квота розподіляється за принципом «перший прийшов – перший отримав» серед власників сертифікатів EUR.1. Ставка мита понад квоту становить 17,3%. За останні роки обсяги експорту меду до ЄС зросли більше ніж у 8,4 рази. Порівняно з 2011 р. обсяги експорту меду до ЄС збільшилися з 5761 до 48315 т.

Водночас у рамках Угоди про асоціацію Україна взяла на себе зобов'язання запровадити європейські вимоги до меду, які зафіксовані у Директиві Ради 2001/110 / ЄС. Україна повинна зробити це до кінця 2019 р.

**Висновки.** Отже, проаналізувавши ринок меду в Україні, можна зазначити, що потрібно вирішити проблему не

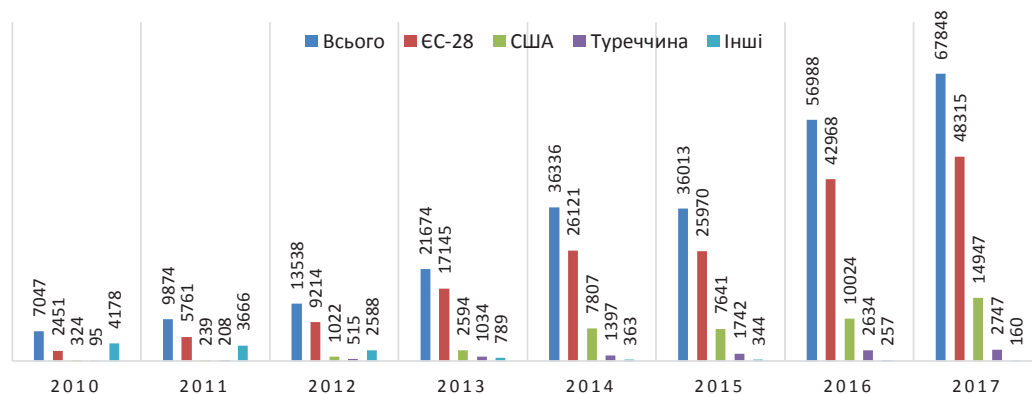


Рис. 1. Динаміка структури експорту меду за країнами, т

Джерело: Державна служба статистики України

тільки розширення географії експорту меду, а й проблеми щодо розвитку бджільництва в Україні. Серед таких проблем – дрібнотоварне виробництво, мала кількість каналів збуту продукції, недостатнє впровадження маркетингових розробок і технологій тощо. Крім того, необхідно збільшувати кількість бджолиних колоній на території України та забезпечити охорону їхнього здоров'я, для цього треба підвищувати рівень обізнаності бджільників та фермерів та налагодити діалог між ними. Загальна підтримка й охорона сфери бджільництва та випуску і переробки меду, запровадження у цій сфері державних заходів, спрямованих на її підтримку, дадуть змогу українським підприємствам утримувати конкурентні позиції на світовому ринку

та поліпшувати їх. Деструктивний вплив чинників макросередовища також зумовлює обмежену місткість вітчизняного ринку продукції бджільництва та стримує експортоорієнтований вектор розвитку галузі. Виходячи із цього, подальші дослідження будуть спрямовані на теоретичне та практичне обґрунтування напрямів розвитку галузі, формування ринкової інфраструктури галузі, логістики й удосконалення системи законодавчого регулювання і підтримки бджільників, а також створення доданої вартості продукції і галузі. Стратегічною метою розвитку галузі повинно стати досягнення сталого та високоефективного аграрного виробництва продукції бджільництва для задоволення потреб внутрішнього та зовнішнього ринків.

#### Список використаних джерел:

1. Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів. URL : <http://www.consumer.gov.ua/ContentPages/Reestri/38> (дата звернення: 14.07.2018).
2. Малік М.І. Конкуренгоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми : монографія. Київ : Інститут аграрної економіки, 2007. 270 с.
3. Маркетинговое исследование украинского импорта и экспорта натурального меда – alliance capital management. URL : [http://marketing.vc/marketing\\_research/ukr-marketingovoe-issledovanieukrainskogo-importa-i-eksporta-naturalnogo-meda.html](http://marketing.vc/marketing_research/ukr-marketingovoe-issledovanieukrainskogo-importa-i-eksporta-naturalnogo-meda.html) (дата звернення: 20.07.2018).
4. Balassa B. Trade liberalization and Reveal Comparative Advantage. *Manchester School of Economic and Social Studies*. 1965. Vol. 33. P. 99–123.
5. Honey Natural Trade. URL : [http://atlas.media.mit.edu/en/profile/hs92/040900/#Product\\_Connections](http://atlas.media.mit.edu/en/profile/hs92/040900/#Product_Connections) (дата звернення: 20.07.2018).
6. Phipps R. International Honey Market. URL : <http://www.ahpanet.com/page/IntlHoneyMarket> (дата звернення: 20.07.2018).
7. Piaskouski P. The evolution of the pattern of Polish agri-food trade on EU market. *Сельское хозяйство – проблемы и перспективы* ; ГГАУ. Гродно, 2005. С. 88–92.
8. Top 10 Honey Producing Countries. URL : <http://www.mapsofworld.com/world-top-ten/honey-producing-countries.html> (дата звернення: 20.07.2018).
9. Trade statistics for international business. URL : <http://www.trademap.org/index.aspxReferences> (дата звернення: 11.08.2018).
10. Workman D. Natural Honey Exports by Country. URL : <http://www.worldstopexports.com/natural-honey-exporters/> (дата звернення: 11.08.2018).

#### References:

1. State Service of Ukraine for Food Safety and Consumer Protection URL:<http://www.consumer.gov.ua/ContentPages/Reestri/38> (accessed: 14.07.2018).
2. Malik M.J. Konkurentospromozhnistj aghrarnykh pidpryemstv: metodologhija i mekhanizmy [Competitiveness of agricultural enterprises: methodology and mechanisms] –Kyiv:Instytut aghrarnoji ekonomiky, 2007. – 270 s.
3. Marketingovoe issledovanie ukrainskogo importa i jeksporta natural'nogo meda [Marketing research of Ukrainian import and export of natural honey] – alliance capital management URL: [http://marketing.vc/marketing\\_research/ukr-marketingovoe-issledovanieukrainskogo-importa-i-eksporta-naturalnogo-meda.html](http://marketing.vc/marketing_research/ukr-marketingovoe-issledovanieukrainskogo-importa-i-eksporta-naturalnogo-meda.html) (accessed: 20.07.2018).
4. Balassa B. Trade liberalization and Reveal Comparative Advantage/ *Manchester School of Economic and Social Studies* – 1965. – Vol. 33. – P. 99–123.
5. Honey Natural Trade. URL: [http://atlas.media.mit.edu/en/profile/hs92/040900/#Product\\_Connections](http://atlas.media.mit.edu/en/profile/hs92/040900/#Product_Connections) (accessed: 20.07.2018).
6. Phipps R. International Honey Market/URL: <http://www.ahpanet.com/page/IntlHoneyMarket> (accessed: 20.07.2018).
7. Piaskouski P. The evolution of the pattern of Polish agri-food trade on EU marketSel'skoe hozjajstvo – problemy i perspektivy; GGAU. – Grodno, 2005. – С. 88-92.
8. Top 10 Honey Producing Countries URL: <http://www.mapsofworld.com/world-top-ten/honey-producing-countries.html> (дата звернення: 20.07.2018).
9. Trade statistics for international business URL: <http://www.trademap.org/index.aspxReferences> (accessed: 11.08.2018).
10. Workman D. Natural Honey Exports by Country / URL: <http://www.worldstopexports.com/natural-honey-exporters/> (accessed: 11.08.2018).

### ДИНАМИКА ПРОИЗВОДСТВА И ЭКСПОРТА МЕДА В УКРАИНЕ

**Аннотация.** Мировозьяственныи тенденции обуславливаются глобализацией продовольственных рынков, которая является специфическим признаком настоящего и будущего развития агропродовольственного рынка Украины. В этих условиях актуальность приобретает проблема формирования конкурентных преимуществ аграрных предприятий и развития конкурентных отношений в контексте евроинтеграционных перспектив и усиления интеграционных связей Украины. Следствием жесткой конкуренции в глобальном измерении является оптимальное распределение ресурсов, выявление наиболее перспективных хозяйствующих субъектов, эффективное их функционирование, удовлетворение спроса потребителей. Отечественный потребительский рынок сельскохозяйственной продукции и сырья в целом и пчеловодства в частности активно развивается и представлен в широком ассортименте. Однако чтобы Украина могла получить положительный эффект, а сравнительные преимущества носили долговременный характер, необходимо иметь эффективную рыночную экономику, функционирование которой требует формирования надлежащей рыночной среды, без которой невозможен цивилизованный рынок, и аграрный в первую очередь. Эти положения вызывают научный интерес и обуславливают выбор направления исследования.

**Ключевые слова:** экспорт, экспортный потенциал, рынок, мед, внешнеэкономическая деятельность.

## DYNAMICS OF PRODUCTION AND EXPORT OF HONEY IN UKRAINE

**Summary.** Global economic trends are marked by the globalization of the food markets, which is a specific feature of the current and future development of the Ukrainian agri-food market. Under these conditions, the problem of formation of competitive advantages of agricultural enterprises and development of competitive relations in the context of European integration prospects and strengthening of integration ties of Ukraine becomes relevant. The consequence of the fierce competition in the global dimension is the optimal allocation of resources, identification of the most promising business entities, their effective functioning, and satisfaction of consumer demand. The domestic consumer market for agricultural products and raw materials in general, and beekeeping in particular, is actively developing and represented in a wide range. Ukraine is traditionally one of the main producers of honey, and can realize its national competitive advantages, including through bee products. However, for Ukraine to have a positive effect and long-term comparative advantages, it is necessary to have an efficient market economy, the functioning of which requires the formation of a proper market environment, without which a civilized market is impossible, and agrarian in the first place. These provisions are of scientific interest and determine the direction of study. Thus, analyzing the honey market in Ukraine, it can be noted that it is necessary to solve the problem not only expanding the geography of exports of honey but also the problems regarding the development of beekeeping in Ukraine. Such problems include fine-commodity production, small number of product sales channels, insufficient introduction of marketing developments and technologies, etc. In addition, it is necessary to increase the number of bee colonies on the territory of Ukraine and provide their health care, it is necessary to raise awareness of beekeepers and farmers and establish dialogue among them. General support and protection of beekeeping sphere and honey production and processing and implementation in this area of state measures aimed at its support will allow Ukrainian companies to maintain competitive positions in the world market and improve their Further. The destructive influence of macro factors also leads to the limited capacity of the domestic market of beekeeping products and restrains the export-oriented vector of industry development. Proceeding from this, further research will focus on theoretical and practical substantiation of industry development directions, formation of market infrastructure, logistics and improvement of legislative regulation and beekeepers support system, and Creation of added value of products and industry. The strategic goal of the industry should be the achievement of sustainable and high-efficiency agricultural production of beekeeping to meet the needs of internal and external markets.

**Key words:** export, export potential, market, honey, foreign economic activity.

УДК 341.18 (4-11+477)

DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-28-56>

**Chorni Oleh**

*PhD in Philosophy,*

*Post-Doctoral Student of Marketing and Agrarian Business Department  
Vinnytsia National Agrarian University*

**Чорний О. В.**

*кандидат філософських наук,*

*докторант кафедри маркетингу та аграрного бізнесу  
Вінницького національного аграрного університету*

## CONVERGENCE BETWEEN EASTERN EUROPE AND UKRAINE: THE WAYS OF IMPROVEMENT

**Summary.** This article is devoted to some problems of convergence between Ukraine and the countries of Eastern Europe. It is emphasized that the reforms of recent years are crucial for the acceleration economic development. Particular attention is paid to the various interdisciplinary factors that may accelerate convergence. In the context of this paper, convergence problems are seen as complex interdisciplinary real-world problems. As the problems of convergence are complex, Ukraine should use the invaluable experience of the EU Member States. At the level of economic problems, the greater attention should also be given to the social, cultural and psychological aspects of convergence. Moreover, since real economic development depends on ideology, politics, law and government, it is worth considering in more detail the possibilities of liberal democracy development.

**Key words:** Eastern Europe, Ukraine, economic development, post-communism, liberalism, interdisciplinarity.

**Introduction.** Following the 2014 Revolution of Dignity, Ukrainian society has clearly identified its social, political and economic development goals. This means that liberal democracy has been building in Ukraine for more than five years. Last condition will help to facilitate Ukraine's integration into the European Union and the global economy in the future. Many reforms have been launched in recent years, which, from a scientific point of view, are characterized by wide coverage and interdisciplinarity. In this paper, we want to focus

on some of the issues that are important for the acceleration of convergence between Ukrainian and Eurozone economies.

It is well known that the improvement of economic indicators are crucial for the economic development. But other related factors in different spheres of public life are also important. Given the fact that convergence itself is characterized by broad interdisciplinarity, we would like to draw attention to legal, political and ideological factors of convergence in the course of our work. Particular attention is paid to the

problems of law, politics, the post-socialist past and opportunities of the liberal democracy development.

**Literature overview.** Convergence is the equalization of development. In other words it is when developing countries grow faster than developed countries. Effective economic policies must be pursued in order to stimulate economic development. First of all, it should be noted that economic reforms and improvements must have permanent character [1]. For example, economic improvements may include a reduction of public debt [2] or an increase in foreign direct investment flows caused by various government improvements [3]. Changes in a national tax system caused by globalization and international competition are also important [4]. These economic changes and improvements are crucial, but economic-related factors can also have a significant effect.

Economic-related factors may include establishment of ethics and shared values, development of civil society and increased confidence in government. Along with these factors, modernization of education system and increase in educational level of population may play a great role [5]. Just like education, a level of technological development or technological backwardness of a country can have a serious impact on a course of economic processes and economic growth [6]. However, the most important type of reforms is structural reforms. It can result in a change of an old system to a new one. These reforms may include restructuring and improvement in many areas of a country's life. Such reforms may relate to players' ethics, anti-corruption, judiciary and government decisions [7]. Given the breadth of the issue, problems of convergence between Ukraine and Eastern European countries are complex and have clear interdisciplinary character.

**The aim of the paper** is to reveal interdisciplinary specifics of convergence processes between Ukraine and Eastern European countries.

**Results of the research.** Since the economies of Eastern European countries is part of the Eurozone economy, the convergence between them and Ukraine is a part of a broader process – globalization of the Ukrainian economy. Integration of a national economy into the global economic system is possible only if an economy is open [8]. An open economy is characterized by many things, so a policy that helps to change the orientation of a national economic system should be complex and multifaceted. In Ukraine, such a transition has actually taken place for almost thirty years. However, the reduction of protectionism has a positive effect. An additional factor may be an increase in the level of cross-industry trade, since such correlation is distinct characteristic of the world's most open economy – the USA [9]. A radical change in economic strategy can be applied not only to Ukraine, but also to the Eurozone itself [10]. That is why, in order to increase convergence, Ukraine can use the existing strategies. Increase in the level of economic openness can attract new investors and show a direction to regional and global markets. However, it is only one side of economic development. On the other hand, Ukrainian officials need to focus on the process of society development and the specifics of change. This direction creates an opportunity to accelerate politics, governance and public administration discourses implementation, make them nationally-specific in order to spur economic development.

Politicians need to focus on specific effective reforms, but they should also know an experience of other countries and a theory itself. First of all, it should be understood that development (including economic) is a multidimensional process that involves different aspects of people's lives improvement [11]. The complexity of country's development concerns not only an improvement of material living conditions, but also moral and spiritual aspects. This means that sociology, cultural

studies, psychology and religious studies should be used in conjunction with economic theory, public administration and political science. Secondly, development requires the ability to generate change constantly, which is especially important for former socialist economies [12]. For the countries such as Ukraine, it is worth developing the ability to conduct serious reforms and small improvements continually. This precisely characterizes the situation in developed countries, because a progress is a continuous development. Thirdly, Ukraine's economic development, as well as its convergence with the Eurozone, is a long-term process. European integration processes have begun 60 years ago [13], and over time, the European Union's emphasis on the real convergence has only intensified [14]. Finally, actual development of strong political institutions is considered even more important than a development of economic institutions for post-communist countries [15]. This is the general paradigm of a development for the most of post-socialist European countries, including Ukraine. Of course, the list is not exhaustive, but all four elements are important components of Ukraine's development.

The convergence between Ukraine and Eastern Europe is part of a broader process, namely the rapprochement of Ukraine with the EU, as Ukraine intends to become the EU member. Therefore, the material of this article can be viewed as referring to the convergence between Ukraine and the EU. Taking this aspect into account, the interdisciplinary complexity of convergence only increases. Real world problems are often differ from what is written in formalized scientific textbooks. Universities teach fragmented academic disciplines, while in the real world there is a need for effective integration of knowledge from various fields. Further, such complex integration of knowledge can be effective, if professionals and scientists from different fields work together to solve complex real problems. The problems of convergence acceleration require structural, and therefore complex, reforms, which should be of a lasting and permanent nature. The number of academic disciplines involved in the state life reforming is overwhelming and may correlate with all national scientific discourse cultivated as fragmented disciplines in Ukrainian universities. In particular, it is necessary to take into account the scientific problems that are being studied in classical, technical, medical, agrarian, pedagogical, law and other Ukrainian universities. Particular attention should be paid to the formation of a relevant outlook within Ukrainian population. This task requires a focus on two major issues: rethinking the communist past and building a liberal democracy.

Acceleration of convergence between the countries of Eastern Europe and Ukraine may be facilitated by the realization of the fact that they share a common past. Attention should be paid to the aspirations of both parties to build liberal democracies with a developed market economy. Therefore, it is worth paying attention to these two aspects concerning the past and the future of Eastern Europe.

The process of Eastern European countries integration into the EU has begun relatively recently. Although the transformation of the planned economy in many post-socialist countries began in the late 1980s, their accession to the European Union (EU) began only in 2004 [16]. The first members of EU were united in 1957, so the whole process can be considered quite lengthy, in fact, it has been going on for over 60 years. This means that Ukraine does not have to rely on affective illusions and vain hopes. Ukraine needs to make constant and significant efforts to change the remnants of a planned economy from within. These processes are, and should be, long-term and structural.

According to Yang & Grigorescu [16], the stability of Western Europe's economic system has reached maturity.

At the same time, the economic systems of Eastern European countries continue to evolve and improve. Therefore, there is a situation where the EU member states from Eastern Europe have already reached the level of continuous improvement, while Ukraine still needs to work on this (see above). Ukraine's achievements over the last five years are important, as this is a good start for structural reforms. However, in 2019, the presidential and parliamentary elections took place in Ukraine, which means that continuation of reforms and their structural character will depend on new president and parliament. Of course, some variation, modification and even redirection in the course of reforms implementation is possible, but it is important to keep the pace of reforms and their structure.

It must be mentioned that the situation of change, integration and convergence is not always straightforward. For example, according to Romanian scientists, the situation in Romania in 2016 «did not impress anyone» [17]. Since Romania is a member of the EU, changes in the global economic space and the EU economic space are important for its growth. More specifically, Romania needs resources (economic, political, managerial, cultural, etc.) to respond to changes in the external economic environment.

That was a brief overview of communist past. And now we will focus on the spread of liberal ideas in Eastern Europe.

Ukraine's integration into the EU is a complex and argumentative issue. In simple words, it depends on the direction of economic and political orientation of development that Ukraine will choose. As Ukraine needs to be consistent about this orientation in the long term perspective, it is better to consider the opportunities that will contribute to the development of a market economy. One of these opportunities is the development of liberal democracy as a basis for a market economy, a growth of wealth and a development of strong middle class.

The literature on the development of liberal democracy in Europe is quite diverse. For example, scientists from the Czech Republic, Sima and Nikodym, claim that in most European countries liberal thought is marginalized and underdeveloped [18]. They also claim that in the Czech Republic liberalism is one of the most competitive political trends. But if we refer to the English version of Wikipedia, we find that liberal democracy is the dominant political ideology in Belgium, Denmark, the Netherlands, Norway, Spain, England, France, Italy, Germany and Ireland, and these are the 10 most developed European countries. Perhaps the authors were referring to the spread of liberalism in Eastern Europe. However, the latter is a debatable issue, so it is important for us to determine whether liberal democracy is an acceptable option for political ideology of Ukraine.

It is known that liberal thought in Europe began to develop in the nineteenth century. The first schools at that time were Austro-Hungarian, French and German schools [19]. At that time, scholars and politicians from all over the Europe, sympathetic to the ideas of liberal democracy, were studying in the above mentioned countries. This means that, at least in some

European countries, the liberal tradition has a relatively long history, sufficient to be one of the dominant political ideologies.

In current conditions, Ukraine can use the example of Poland, because in Poland, as well as in Ukraine, liberal thought was quite poorly developed in the twentieth century [20]. However, at present the ideas of liberal economy development are particularly supported by civil society and academia in Poland. Given this, public institutions may also contribute to the development of liberal discourse. This would be a positive factor, both for Ukraine's economic development and for enhancing convergence with the most developed EU member states.

If we look through the last five years of socio-economic reforms, we must say that the direction of the Ukrainian economic system development has already been chosen. There is no doubt about the need to develop a market economy within the geographical boundaries of modern Ukraine. Moreover, the latter is confirmed by more than three decades of scientific works of Ukrainian academic community in the field of economics. However, five years ago, the question of liberal democracy development was questionable; the alternative was contained in focus on relations strengthening with Ukraine's eastern neighbor. After the 2013–2014 Revolution of Dignity, this possibility seems to have been rejected. Therefore, the previous Ukrainian government was doing everything it could to accelerate rapprochement with the EU, both economically, politically and culturally. It seems that if the current leadership of Ukraine continues the reforms of the previous government, it is likely that the values of liberal democracy will be upheld in Ukraine. Such a factor will be positive, as liberal democracy is a political ideology that perfectly complements the development of a market economy, which is a complex interdisciplinary issue. If Ukrainian scientists, in the fields of political science and economics, can come to a consensus on these issues, then it will be possible to talk about the popularization and diffusion of scientific discourse related to the development of liberal democracy. Still, there exist numerous other spheres of work that must be done.

The implementation of the EU-Ukraine Association Agreement is a good example of how convergence occurs in practice. In order to make a brief analysis of the Agreement interdisciplinary complexity, we conducted a research of the reforms implementation plan that is aimed on stabilization and acceleration of Ukraine's development (Table 1).

The table shows that the spheres of the Ukrainian government work are numerous (more than 20 spheres), so Agreement implementation is complex and long-lasting. It should be borne in mind that these areas constitute the basis, but acceleration of convergence requires the united work of all stakeholders in order to achieve the common goal.

**Conclusions.** The possibility of convergence between Ukraine and Eastern European countries, as well as its effectiveness, depends on many factors and it is a complex interdisciplinary problem by the nature. The issue of convergence is a problem of economics and political science. But convergence also concerns the possibilities of integration into the

Table 1

**The directions of work concerning Association Agreement**

**Scientific perspective on the directions of work concerning Association Agreement**

Freedom, Law and Justice	Technical Barriers in trade	Entrepreneurship	Politics and Defense
Medicine	Tax System	Energetics	Humanitarian Policy
Agriculture	Education and Youth	Financial Sector	State Procurements
Science and Innovations	Statistics and Information	Transport and Post Services	Social and Labor Policies
State Finances	Environment	Custom Service	Resources Efficiency
Sanitation	Smuggling, Fraud and Corruption	Consumers Protection	Intellectual Property

Source: [21]



global economic space, as well as changes in cultural and civic life. The prospects for further research are contained in the development of a discussion around the problems of the liberal ideology spread in Ukraine, as well as in the discussion

of possible alternatives or complementary models that can be productive. An increased attention should be paid to complex interdisciplinary nature of convergence processes and structural reforms.

#### References:

- Xu G. (2011) Growth accelerations revisited. *Econ Journal Watch*, vol. 8, no. 1, pp. 39–56.
- Bidzo M.M. (2018) Public debt and economic growth: a scissor effect in developing countries? The case of Gabon. *Modern Economy*, no. 9, pp. 1672–1686. <https://doi.org/10.4236/me.2018.910106>.
- Dudić B., Dudić Z., Smoleň J., Mirković V. (2018) Support for foreign direct investment inflows in Serbia. *Economic Annals-XXI*, no. 169(1-2), pp. 4–11.
- Luković S. (2015) The impact of globalization on the characteristics of European countries' tax systems. *Economic Annals*, vol. LX, no. 206, pp. 117–139. <https://doi.org/10.2298/EKA1506117L>.
- Pařová D., Vejačka M. (2018) Analysis of employment in EU according to Europe 2020 Strategy Targets. *Economics and Sociology*, vol. 11, no. 3, pp. 96–112. <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2018/11-3/6>.
- Brahim M., Dupuch S. (2016) Foreign direct investments in Europe: are the East-West differences still so noticeable? *The European Journal of Comparative Economics*, vol. 13, no. 1, pp. 37–61.
- Arestis Ph., Bárcena-Martín E., Pérez-Moreno S. (2018) Differences in institutional quality across Euro Area Countries: which factors contribute most to inequality? *Panoeconomicus*, vol. 65, no. 3, pp. 363–379. <https://doi.org/10.2298/PAN1803363A>.
- Wielki J., Sytnik I., Sytnik B. (2018) Analysis of the openness level and EU integration trends in the development of Polish economy. *Journal of International Studies*, vol. 11, no. 2, pp. 267–287. <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2018/11-2/18>.
- Ferreira-Lopes A., Sousa C., Carvalho H., Crespo N. (2017) Trade protectionism and intra-industry trade: a USA – EU comparison. *Research in World Economy*, vol. 8, no. 2, pp. 88–102.
- Ginzburg A., Simonazzi A. (2017) Out of the crisis. A radical change of strategy for the Eurozone. *The European Journal of Comparative Economics*, vol. 14, no. 1, pp. 13–37.
- Jeniček V. (2016) Economic growth in the development economy. *Agricultural Economics*, vol. 62, no. 2, pp. 93–99. <https://doi.org/10.17221/234/2014-AGRICON>.
- Butabaev R. (2015) There is no growth without change: policy implications for transition economies. *Montenegrin Journal of Economics*, vol. 11, no. 1, pp. 69–84.
- Herzog B. (2018) Reforming the Eurozone: assessment of the Reform Package by the European Commission – treating symptoms or root causes? *Economics and Sociology*, vol. 11, no. 3, pp. 59–77. <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2018/11-3/4>.
- Chapman Sh.A. (2013) Specialization and agglomeration patterns in Eastern Europe. *The European Journal of Comparative Economics*, vol. 10, no. 1, pp. 49–79.
- Tamilina L., Tamilina N. (2017) Heterogeneity in institutional effects on economic growth: theory and empirical evidence. *The European Journal of Comparative Economics*, vol. 11, no. 2, pp. 205–249.
- Yang X., Grigorescu A. (2017) Measuring economic spatial evolutionary trend of Central and Eastern Europe by SDE method. *Contemporary economics*, vol. 11, no. 3, pp. 253–266.
- Lupu N. (2016) Will Romania be capable in 2020 to keep the pace with the European Union? *Economy Transdisciplinarity Cognition*, vol. 19, no. 1, pp. 7–12.
- Šíma J., Nikodym T. (2015) Classical liberalism in the Czech Republic. *Econ Journal Watch*, vol. 12, no. 2, pp. 274–292.
- Prokopijević M., Tasić S. (2015) Classical liberal economics in the ex-Yugoslav Nations. *Econ Journal Watch*, vol. 12, no. 2, pp. 260–273.
- Machaj M. (2015) Liberal economics in Poland. *Econ Journal Watch*, vol. 12, no. 2, pp. 233–241.
- Agreement pulse (2019) Monitoring of the Action Plan implementation concerning Association Agreement. Available at: <http://pulse.eu-ua.org/ua/current-progress> (accessed 29 November 2019).

### КОНВЕРГЕНЦІЯ МІЖ СХІДНОЮ ЄВРОПОЮ ТА УКРАЇНОЮ: ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ

**Анотація.** Статтю присвячено окремим проблемам конвергенції між Україною та країнами Східної Європи. Наголошено на тому, що реформи останніх років є вкрай важливими для пришвидшення економічного розвитку. Окрему увагу приділено різним міждисциплінарним чинникам, що можуть пришвидшити конвергенцію. У межах даної роботи проблеми конвергенції розглядаються як складні міждисциплінарні проблеми реального світу. У межах академічних установ розглядаються окремі аспекти реальних проблем, що належать до сфери компетенції конкретних наукових галузей, проте в реальності часто буває так, що проблеми виходять за межі компетентності якоїсь конкретної науки, тому їх називають міждисциплінарними. Оскільки проблеми конвергенції є складними, то Україні варто використовувати безцінний досвід країн – членів Європейського Союзу. Нарівні з економічними проблемами варто також приділити посилену увагу соціальним, культурним, психологічним та релігійним аспектам конвергенції. Крім того, оскільки реальний економічний розвиток залежить від ідеології, політики, права та державного управління, варто детальніше розглянути можливість розвитку ліберальної демократії. Робота над загальною теорією ліберальної демократії та розроблення специфіки імплементації цього глобального дискурсу до українських умов є одними з ключових елементів прогресивних перетворень. На науковому рівні потрібна посилена співпраця між політологами та економістами, управлінцями та фінансистами, культурологами та психологами, іншими спеціалістами з різноманітних галузей науки. Проблеми, розглянуті в статті, є складовою частиною ширшої проблематики, що має пряме відношення до практичних кроків відносно зближення між Україною та ЄС. У кінці статті здійснено короткий аналіз міждисциплінарної складності реформ, пов'язаних із конвергенцією, та визначено необхідні напрями роботи українського уряду. Моніторинг реалізації плану заходів з виконання Угоди про асоціацію, запущений урядом України восени 2019 р., дає можливість зрозуміти, що конвергенція між Україною та ЄС є надскладним, довготривалим і міждисциплінарним процесом.

**Ключові слова:** Східна Європа, Україна, економічний розвиток, посткомунізм, лібералізм, міждисциплінарність.

**КОНВЕРГЕНЦИЯ МЕЖДУ ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПОЙ И УКРАИНОЙ:  
ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ**

**Аннотация.** Статья посвящена некоторым проблемам конвергенции между Украиной и странами Восточной Европы. Подчеркивается, что реформы последних лет крайне важны для ускорения экономического развития. Особое внимание уделено различным междисциплинарным факторам, которые могут ускорить конвергенцию. В рамках данной работы проблемы конвергенции рассматриваются как сложные междисциплинарные проблемы реального мира. Поскольку проблемы конвергенции являются сложными, то Украине стоит использовать бесценный опыт стран – членов Европейского Союза. Наравне с экономическими проблемами следует также уделять повышенное внимание социальным, культурным и психологическим аспектам конвергенции. Кроме того, поскольку реальное экономическое развитие зависит от идеологии, политики, права и государственного управления, стоит детальнее рассмотреть возможности развития либеральной демократии.

**Ключевые слова:** Восточная Европа, Украина, экономическое развитие, посткоммунизм, либерализм, междисциплинарность.

УДК 339.7

DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-28-57>

**Shagina Sofia**

*Student Master's Degree*

*Odessa I. I. Mechnikov National University*

**Bychkova Natalia**

*PhD, Associate Professor of the Department*

*of World Economy and International Economic Relations*

*Odessa I. I. Mechnikov National University*

**Шагіна С. О.**

*студентка магістратури*

*спеціальності «Міжнародні економічні відносини»*

*Одеського національного університету імені І. І. Мечникова*

**Бичкова Н. В.**

*кандидат економічних наук,*

*доцент кафедри світового господарства*

*та міжнародних економічних відносин*

*Одеського національного університету імені І. І. Мечникова*

**THE ROLE OF VALUE DRIVERS IN VALUE-BASED MANAGEMENT CONCEPT**

**Summary.** The article deals with the concept of value-based management of corporations in modern conditions. Basic modern conceptual ideas of famous world economists are revealed. The concept and basic theories of value drivers are analyzed by the authors. Various approaches and classifications to the theory of value-based management and value drivers are examined. Process of analyzing value drivers that is used by corporate management is explained. The article gives examples of implementation of value-based indicators in the most successful corporations of the world at the present stage. The authors are analyzing the impact of value drivers on corporate value per employee, as exemplified by the corporations of Forbes 2000 using an economic model. The concepts of such value-based indicators as EBITDA and EV/EBITDA are revealed.

**Key words:** value-based management, corporate finance, value, value driver, corporate governance.

**Formulation of the problem.** At the present stage, firms are operating in a business environment that requires them to implement a system of metrics that illustrates value and profitability better. It should be noted that the current accounting systems do not fully meet the conditions of functioning of the effective capital markets and do not meet the requirements of the main stakeholders. The constant improvement of efficiency in the capital markets requires more efficient distribution of capital within firms. Thus, a new scorecard and value-based management (VBM, Value-based management) have emerged, i. e. managing a company based on a value approach to maximize the market value of the company.

Value-based management is based on the concept of value. The cost of a company depends on many factors called

value drivers. At the present stage, the companies use cost driver analysis to increase the efficiency of their business and increase its value, and the cost driver analysis helps strategic planning for company management.

**Analysis of recent research and publications.** The analysis of value drivers and value based management concept is devoted to the works of the following researchers: V. Fruhan, A. Rappaport, T. Copeland, T. Collier, R. Morin and others.

**Setting objectives.** The purpose of this research is to define the notion of value drivers and their role in value-based corporate finance management.

**The main material research.** At the present stage, the existing accounting systems do not fully satisfy the conditions of functioning of effective markets. A new set of metrics,

such as the value-based management (VBM), is a topical and necessary one, that is the value-based management that maximizes the market value of a company and reflects the opportunities and threats of its operations [1].

The first conceptual ideas of the value-based financial management were driven by changes in the economic environment and began to emerge in the United States in the 1980s. The authors of the theory are V. Fruhan (1979) and A. Rappaport (1986).

The concept of VBM was created in the context of social and economic changes in the late twentieth century. The factors that contributed to its development include: the increased volume of using the private capital, the revolution in information technology and the globalization of markets. The widespread use of this management concept has completely changed the way companies operate worldwide [2].

Corporate governance has a constant purpose in maximizing shareholder income. But while maximizing shareholder value is an important corporate objective, it is not sufficiently specific and accountable for operational management, which also needs to know which factors can mostly affect value and which factors can be most easily influenced.

An important part of VBM is a thorough understanding of the performance variables that will actually generate business value, i.e. key drivers of value. This understanding is important because the organization cannot directly influence cost. It should focus on what it can affect: customer satisfaction, capital costs, and more [3].

Value driver is any variable that affects the value of the company. The variables that determine the value of the company can be expressed in different quantities. These are the variables which the performance of the enterprise depends on. In other words, company value drivers are critical factors that affect the value components and their formation, they are directly determined and dependent on the management decisions that help to analyze and control the enterprise value creation process.

There are many factors that create value, including: proprietary technologies, market position, brand, various product lines, patented products and more. Elements common to all value-adding industries include:

- Stable, motivated management team
- Operating systems that improve cash flow sustainability
- A solid, diversified customer base
- The appearance of the object matches the asking price
- A realistic growth strategy
- Effective financial control
- Good and improving cash flow [4].

Value driver analysis is an important basis for strategic planning, helping management to streamline its operations to identify critical strategic levels. In order to study changes in shareholder value creation, it is necessary to identify those variables that can be controlled, modified, managed or even manipulated by the company management.

Identifying value drivers is a three-step process:

1. Development of a «map» of value drivers for the enterprise
2. Cost driver sensitivity test
3. Controllability test [5].

In the first stage, manager documents what specific factors affect such broad metrics as operating profit, etc. In the second stage, after the baseline has been built for each operating factor, the manager should analyze how changes in each factor affect the overall cost of the business. The next step is to examine each variable to see if it can be controlled [6].

Once management has established consensus around major cost drivers, they can focus on the logistics of improving driver performance.

Copeland, Koller, and Moorin classify cost drivers in three levels:

1. Drivers of general value are established in terms of Return on Equity (ROE), which includes operating margin and invested capital.

2. The next level of value drivers is the business unit level drivers (variables such as customer mix, sales performance, or cost sharing).

3. The last tier is operational, where variables such as percentage of capacity utilized (plant or machine), delivery costs, and terms and conditions of debtors or creditors are directly controlled and modified by the decisions of the executives

By creating as many value drivers as possible, the company can increase its influence in the market. In order to constantly increase the value of products and services, businesses must constantly monitor the market so that they can be the first to take advantage of demand and behavior of the buyers [7].

The critical success factors should be identified during strategic management of the company and then the key performance indicators should be identified. Value creation is driven by a reasonable balance of growth, return on capital, cost of capital, and ability to be effective over time.

According to the concept of Rappaport (1986), management measures can be evaluated on the basis of significant factors and appropriate management decisions. Alfred Rappaport has offered seven drivers in the business that can be managed to create value:

- sales growth;
- increase in operating profit margin;
- reduction of the cash tax rate;
- reduction of the working capital investment (WCI);
- reduction of the investments in fixed capital;
- reduction of the weighted average cost of capital (WACC);
- increase in the period of competitive advantage [8].

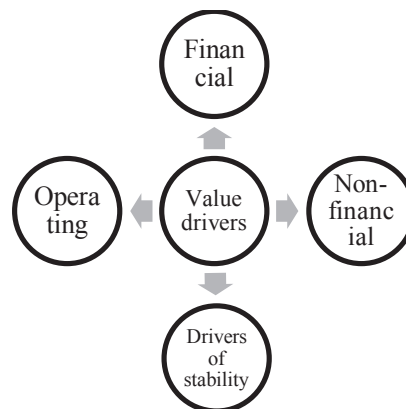


Fig. 1 Groups of value drivers

Source: created on the basis [7]

The financial group usually includes those financial components that optimize the cost of capital, its distribution and structure, participate in the formation of profits, etc.

It is important to note that the financial drivers are often of an evaluative nature: they are not separate items of the balance sheet and profit and loss statement, but are indicators of growth, change or relationship of these items.

For operating drivers, all those factors that affect the amount of cash flow are generated by increasing efficiency or growth. Unable to influence financial ratios directly, the company executes cost-oriented management by influencing operating leverage.

The drivers of sustainability include those components of business processes that contribute to the normal functioning

of the enterprise in the long run. These factors reflect the relationship between external processes occurring in the market for a company and internal ones that affect value. These drivers include:

- Changes in legislation.
- Market changes.
- Reputational risks of the company.

Non-financial drivers include factors that indirectly affect cash flow generation, and come from the features of doing business. In this group of drivers the following are highlighted:

- Agency conflict;
- Customer relationships;
- Relations with business owners;
- Relations with partners.

Thus, the model of the value drivers divides the activity of the company into separate business processes, phenomena and indicators related to value creation [8].

The impact of value drivers on enterprise value per employee is analyzed on the example of the five most successful Forbes 2000 corporations in the world: Apple, Royal Dutch Shell, Berkshire Hathway, Exxon Mobil, Toyota Motors. The list is based on several criteria: income, profit, value of assets of the company and its market value. Because of the using any one parameter will result in an unbiased and incomplete estimate, Forbes uses a coefficient that equally takes into account four parameters [9].

Enterprise value (hereinafter EV) is one of the most important indicators that an investor should focus on. The indicator is calculated by adding to the market capitalization of the net debt of the company, which is calculated by adding up the short- and long-term debt of the company, the share of minority shareholders and the capital of the preferred shareholders minus cash and cash equivalents from this amount.

Company Value is a theoretical index for investors of a company price when it is absorbed. EV is an estimate. Investors use valuation ratios to compare companies. The smaller the valuation factor, the more return the investor will receive on the invested capital.

To evaluate the impact of value drivers, econometric model is constructed via GRETL program software.

The dependent variable is the company value divided by the number of company employees (EVqofworkers). Independent variables were selected: earnings before interest, taxes and depreciation (EBITDA), weighed average cost of capital (WACC), return on assets (ROA), earnings yield (earningsyield). The statistics are taken over a 5 year period.

Thus, a 3-factor econometric model of the following form was built:

$$EVqofworkers = \beta_0 + \beta_1 EBITDA_{it} + \beta_2 WACC_{it} + \beta_3 ROA_{it} + \beta_4 earningsyield_{it} \quad (1)$$

The data includes 25 observations; the period of analysis consists from annual data from 2014 to 2018. Descriptive statistics of the model variables is available in the Table 1.

On the basis of the use of Ordinary least square (OLS) with special modification for panel data and software gretl 1.9.6 the following estimates of regression coefficients were obtained (Tab. 2).

The model was tested for multicollinearity. According to VIF-index, the multicollinearity in a model is absent (VIF <10).

According to the Table 2, the model with all significant coefficients is obtained.

Fisher's index is 19,3: this indicator is less than the one in the table, so the regression equation estimate is statistically reliable and the coefficient of determination is statistically significant.

The determination coefficient is 73%, which indicates the high accuracy of the model approximation (the model describes the phenomenon chosen well). Regarding significance, the least significant factor is the weighted average cost (p-value is the highest: 0,0334). The smallest p-value was found for the EBITDA ratio, therefore it is the most significant in the model.

The significant variable has an inverse relationship with the yield of the securities as well as a direct relationship with the other two indicators. If the yield on securities changes by one standard deviation, the value of the company per employee will be reduced by 0.3 standard deviations.

When profits before interest, taxes and depreciation (EBITDA) are deducted by one standard deviation, the value

Table 1

Descriptive statistics

Variable	Min	Max	Mean	Median	St. Dev
EBITDA	17,633	87	48,48	41,321	18,056
WACC	2,92	9,99	6,595	6,87	2,06
earningsyield	1,63	12,5	7,56	7,7	3,18

Source: calculated by the authors

Table 2

Coefficients and statistical estimates

	Pooled	Fixed Effects	Random effects	VIF
const	-1.366 (-1.335)	-0,99 (-1,118)	-1.107 (-1.148)	-
EBITDA	0.093 (3,316) ***	0,103 (5,625) ***	0.103 (5.766) ***	3,676
WACC	0.433 (2,276) **	0,279 (2,005) *	0.301 (2.262) **	2,2
earningsyield	-0.368 (-3,057) ***	-0.351 (-5.928) ***	-0.352 (-6.043) ***	2,1
R <sup>2</sup>	0,73	-	-	-
F	19,3	-	-	-

Source: calculated by the authors

of the company produced by one employee will increase by 0.09 standard deviations.

Thus, we can conclude that in the most successful companies in the world the key value driver is EBITDA.

With the help of EBITDA it is possible to compare the financial results of competing companies operating in one industry, to determine the level of solvency of the company and the probability of repayment of existing debt.

This indicator assesses the attractiveness of the company for its absorption or lending well. EBITDA is a convenient tool for analyzing property redistribution, as it allows determining the effectiveness of a change of owner to a new one, capable to provide a lower rate of the company's loan. Another advantage of EBITDA is the ability to calculate this index quite simply and quickly.

EBITDA reflects the amount of profit before deducting all required payments from the company. Thus, it does not disclose the profitability of the company itself and its profit. It is rather the profitability of the main activity of the company (business) and the ability of the company in this direction to work and earn.

The main drawback of the EBITDA is that it does not reflect the funds spent on the purchase of assets: real estate, equipment, vehicles and anything else that will work for several years. But almost all assets age, wear out, lose in price. And over time, the old equipment must be replaced with the new one. Money for it should be put aside today. Otherwise, at the end of a certain period it will be possible to close the enterprise.

The table shows the financial performance of corporations as of 2018. Based on the data, we can conclude that the best results in adding company value are shown by Apple.

However, the EV / EBITDA multiplier shows that it will take 11 years for the operating profit to cover its invested capital, the largest indicator among the selected companies.

It should be noted that the multiplier is used to compare companies in the same industries, so the statement that investing in Apple may be unprofitable for an investor is incorrect.

The multiplier is good because it gives a net result, without adjustment for the country of incorporation (taxes), debt load (interest), capital intensity (depreciation), company size and accounting currency (as this is a relative indicator). Due to EV / EBITDA, the potential investor can compare investments in companies from different countries and in different sizes and get comparable results.

**Conclusions.** Thus, it can be concluded that value is an important indicator of evaluating the performance of a company, since it takes into account the long-term interests of all stakeholders in the company, not just its shareholders. Value-based management is an integration process aimed at improving the process of strategic and operational decision-making in the organization as a whole, with an emphasis on the key factors that are relevant to each company.

The important steps in development of a company's financial growth strategy are identifying an integral key indicator that signals the creation or destruction of value, and identifying value drivers at different levels of management.

Table 3

Financial indicators of corporations for 2018

	EV, USD mln	EBITDA, USD mln	EV/EBITDA
Apple	973	82,872	11,74
Royal Dutch Shell	334	63,379	5,26
Berkshire Hathway	514	46,632	11,022
Exxon Mobil	366	47,591	7,69
Toyota Motors	321	36,905	8,7

Source: created on the basis [10]

#### References:

1. Shagina S.O., Bichkova N.V. Konceptcija vartismo-orientovanogo upravlinnja jak osnova upravlinnja finansami korporacij na suchasnomu etapi [The concept of value-based management as the basis of corporate finance management at the present stage] / Dev'jata Mizhnarodna nauko-vo-praktichna konferencija "Dobrobut nacij v umovah global'noi nestabil'nosti": [zb. nauk. pr.] . ONU im. I.I. Mechnikova, Programa im. ZHana Mone ; za zag. red. S.O. Jakubovs'kogo. – Odesa : Odes'kij nac. un-t, 2019. – pp. 41–42.
2. Shagina S.O. Osoblivosti vikoristannja vartismo-orientovanih pokaznikov dlja ocinki dijal'nosti korporacij na suchasnomu etapi [Features of using value-based metrics to evaluate the performance of corporations at the current stage] . Social'no-politichni studii. – 2019. – № 3. – pp. 176–177.
3. Shagina S.O. Konceptual'ni pidhodi do vartismo-orientovanogo upravlinnja finansami korporacij na suchasnomu etapi [Conceptual approaches to value-based corporate finance management at the current stage]. Regional'na ekonomika ta upravlinnja. – 2019. – №3. – pp. 101–105.
4. Value drivers white paper [Electronic resource] . – Available from: <http://www.peterracen.com/files/86830/Racen13.pdf> (accessed 15 November 2019)
5. Identifying and Managing Key Value Drivers [Electronic resource] . – Available from: [https://www.lek.com/sites/default/files/insights/pdf-attachments/1936\\_Identifying\\_and\\_Managing\\_Key\\_Value\\_Drivers\\_LEK\\_Executive\\_Insights.pdf](https://www.lek.com/sites/default/files/insights/pdf-attachments/1936_Identifying_and_Managing_Key_Value_Drivers_LEK_Executive_Insights.pdf) (accessed 15 November 2019).
6. What is value-based management? An excerpt from Valuation: Measuring and Managing the Value of Companies, Second Edition [Electronic resource] . – Available from: <https://immagic.com/eLibrary/ARCHIVES/GENERAL/MCKNSYUS/M94000K.pdf> (accessed 15 November 2019).
7. Financial and non-financial value drivers in shareholder value creation process [Electronic resource] . – Available from: [https://www.researchgate.net/publication/256060882\\_Financial\\_and\\_Non-Financial\\_Value\\_Drivers\\_in\\_Shareholder\\_Value\\_Creation\\_Process](https://www.researchgate.net/publication/256060882_Financial_and_Non-Financial_Value_Drivers_in_Shareholder_Value_Creation_Process) (accessed 15 November 2019).
8. Opređenje drajverov sozdanija stoimosti v sub'ekth malogo i srednego predprinimatel'stva, zanjatyh v sfere optovoj trgovli nefteproduktami [Electronic resource] . – Available from: <https://naukovedenie.ru/PDF/06EVN217.pdf> (accessed 15 November 2019).
9. Global 2000 – The World's Largest Public Companies 2019 – Forbes. – [Electronic resource]. – Available from: <https://www.forbes.com/global2000/#281310de335d> (accessed 15 November 2019).
10. Value Investing | Market insights and news of the investment gurus. [Electronic resource] . – Available from: <https://www.gurufocus.com/> (accessed 15 November 2019).

Список використаних джерел:

1. Шагіна С.О., Бичкова Н.В. Концепція вартісно-орієнтованого управління як основа управління фінансами корпорацій на сучасному етапі. Дев'ята Міжнародна науково-практична конференція "Добробут націй в умовах глобальної нестабільності" : [зб. наук. пр.] / ОНУ ім. І.І. Мечникова, Програма ім. Жана Моне ; за заг. ред. С. О. Якубовського. – Одеса : Одеський нац. ун-т, 2019. – С. 41–42.
2. Шагіна С.О. Особливості використання вартісно-орієнтованих показників для оцінки діяльності корпорацій на сучасному етапі. Соціально-політичні студії. – 2019. – № 3. – С. 176–177.
3. Шагіна С.О. Концептуальні підходи до вартісно-орієнтованого управління фінансами корпорацій на сучасному етапі. Регіональна економіка та управління. – 2019. – №3. – С. 101–105.
4. Value drivers white paper [Electronic resource] . – Available from: <http://www.peterracen.com/files/86830/Racen13.pdf> (дата звернення 15.11.2019).
5. Identifying and Managing Key Value Drivers[Electronic resource]. – Available from: [https://www.lek.com/sites/default/files/insights/pdf-attachments/1936\\_Identifying\\_and\\_Managing\\_Key\\_Value\\_Drivers\\_LEK\\_Executive\\_Insights.pdf](https://www.lek.com/sites/default/files/insights/pdf-attachments/1936_Identifying_and_Managing_Key_Value_Drivers_LEK_Executive_Insights.pdf) (дата звернення 15.11.2019).
6. What is value-based management? An excerpt from Valuation: Measuring and Managing the Value of Companies, Second Edition[Electronic resource]. – Available from: <https://immagic.com/eLibrary/ARCHIVES/GENERAL/MCKNSYUS/M94000K.pdf> (дата звернення 15.11.2019).
7. Financial and non-financial value drivers in shareholder value creation process [Electronic resource]. – Available from: [https://www.researchgate.net/publication/256060882\\_Financial\\_and\\_Non-Financial\\_Value\\_Drivers\\_in\\_Shareholder\\_Value\\_Creation\\_Process](https://www.researchgate.net/publication/256060882_Financial_and_Non-Financial_Value_Drivers_in_Shareholder_Value_Creation_Process) (дата звернення 15.11.2019).
8. Определение драйверов создания стоимости в субъектах малого и среднего предпринимательства, занятых в сфере оптовой торговли нефтепродуктами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://naukovedenie.ru/PDF/06EVN217.pdf> (дата звернення 15.11.2019).
9. Global 2000 – The World's Largest Public Companies 2019 – Forbes. – [Electronic resource]. – Available from: <https://www.forbes.com/global2000/#281310de335d> (дата звернення 15.11.2019).
10. Value Investing | Market insights and news of the investment gurus. [Electronic resource]. – Available from: <https://www.gurufocus.com/> (дата звернення 15.11.2019).

### РОЛЬ ДРАЙВЕРІВ ВАРТОСТІ У КОНЦЕПЦІЇ ВАРТІСНО-ОРІЄТОВАНОГО УПРАВЛІННЯ

**Анотація.** На сучасному етапі фірми працюють у бізнес-середовищі, що вимагає від них впровадити систему показників, яка краще ілюструє цінність та прибутковість. Слід зазначити, що діючі системи бухгалтерського обліку не повністю відповідають умовам функціонування ефективних ринків капіталу та не відповідають вимогам основних зацікавлених сторін. Постійне підвищення ефективності на ринках капіталу вимагає більш ефективного розподілу капіталу в межах фірм. Таким чином, з'явилася нова система показників та управління на основі вартості (VBM, управління на основі цінності) - управління компанією на основі вартісного підходу для максимізації ринкової вартості компанії. Управління на основі цінності базується на концепції вартості. Важливою частиною VBM є глибоке розуміння змінних продуктивності, які будуть фактично створювати вартість бізнесу - ключові драйвери вартості. Таке розуміння є важливим, тому що організація не може впливати безпосередньо на вартість. Вартість компанії залежить від багатьох факторів, які називаються драйверами цінності. На сучасному етапі компанії використовують аналіз драйверів вартості для підвищення ефективності свого бізнесу та підвищення його вартості, а аналіз драйверів вартості допомагає стратегічному плануванню управління компанією. У статті розглядається концепція управління на основі цінностей корпорацій у сучасних умовах. Розкрито основні сучасні концептуальні ідеї відомих світових економістів. Авторами проаналізовано концепцію та основні теорії драйверів цінності. Розглядаються різні підходи та класифікації до теорії управління на основі цінності та драйверів вартості. Автори аналізують вплив драйверів вартості на корпоративну вартість на одного працівника, як показано на прикладі корпорацій Forbes 2000, використовуючи економетричну модель. Зроблено висновки щодо результатів побудованої моделі та впливу драйверів вартості на показники обраних корпорацій. Розкрито поняття таких показників на основі цінності, як EBITDA та EV / EBITDA. У статті наведено приклади впровадження ціннісних показників у найбільш успішних корпораціях світу на сучасному етапі.

**Ключові слова:** вартісно-орієнтоване управління, корпоративні фінанси, вартість, драйвери вартості, корпоративне управління.

### РОЛЬ ДРАЙВЕРОВ СТОИМОСТИ В КОНЦЕПЦИИ СТОИМОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО УПРАВЛЕНИЯ

**Аннотация.** В статье рассматривается понятие стоимостного управления корпорациями в современных условиях. Раскрыты основные современные концептуальные идеи известных мировых экономистов. Понятие и основные теории факторов стоимости анализируются авторами. Рассматриваются различные подходы и классификации к теории управления стоимостью и факторов стоимости. Объясняется процесс анализа стоимостных драйверов, который используется корпоративным управлением. В статье приведены примеры реализации стоимостных показателей в наиболее успешных корпорациях мира на современном этапе. Авторы анализируют влияние факторов стоимости на корпоративную стоимость на одного сотрудника, что подтверждается примерами корпораций Forbes 2000 с использованием эконометрической модели. Раскрыты понятия таких стоимостных показателей, как EBITDA и EV / EBITDA.

**Ключевые слова:** управление на основе стоимости, стоимость, корпоративные финансы, стоимость, драйверы стоимости, корпоративное управление.

Шапошнікова І. О.

викладач кафедри економіки будівництва

Київського національного університету будівництва і архітектури

Shaposhnikova Inna

Department of Construction Economics,

Kyiv National University of Construction and Architecture

ORCID: 0000-0002-4359-9637

## ДО ПРОБЛЕМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРВИННОГО РИНКУ ЖИТЛА

**Анотація.** У статті систематизовано наукові підходи та законодавчі вимоги стосовно необхідності впровадження державної політики у галузі житлового будівництва. Проаналізовано поточні проблеми ринку житлового будівництва в Україні та виявлено ознаки неврівноваженості ринку у сегменті доступного житла. Узагальнено підходи до запровадження державної житлової політики. Доведено доцільність запровадження державою політики із забезпечення громадян доступним житлом та її вплив на економічний і соціальний розвиток країни. Визнано, що головними напрямками державної житлової політики є поліпшення інвестиційного клімату та підвищення платоспроможного попиту. Запропоновано механізми реалізації державної житлової політики за основними напрямками економічної політики держави: бюджетною, інвестиційною, антимонопольною, грошово-кредитною.

**Ключові слова:** первинний ринок житла, житлова нерухомість, державне регулювання, механізми, інвестиції, доступне житло, державна політика, соціальний розвиток, житлове будівництво.

**Вступ та постановка проблеми.** Важливість первинного ринку житлової нерухомості для стабільності економічного і соціального середовища країни вимагає створення системи регулювання та стимулювання його розвитку на державному і регіональних рівнях із залученням місцевих органів влади. Головною метою політики уряду щодо житлового будівництва має бути створення передумов для збалансування попиту та пропозиції, адже сьогодні невирішеною залишається проблема забезпечення доступним житлом домогосподарств та громадян, які цього потребують першочергово: молодих сімей, учасників АТО, внутрішньо переміщених осіб. Так, незважаючи на щорічну стабільну, в межах 1%, позитивну динаміку нарощування обсягу житлового фонду країни (станом на кінець 2018 р. загальна площа житлового фонду становила 993 млн. кв. м, а на одного жителя країни припадало 23,7 кв. м) [1], лише 6% домогосподарств, що цього потребують, змогли скористатися державними житловими програмами. Експерти BRDO оцінюють щорічний додатковий незадоволений попит на житло в Україні в розмірі 81,7 млрд. грн, та, за їхніми даними, менше 10% домогосподарств мають змогу придбати житло без залучення кредитних ресурсів [2]. Наявна ситуація, головним чином, зумовлена низьким рівнем доходів переважної більшості населення країни. Певні кроки в напрямі реалізації житлової політики мають базуватися на забезпеченні довготривалого економічного зростання [3] та стабільного соціального розвитку [4; 5].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичні підходи до державного регулювання ринку нерухомості розроблено Дж. Фридманом, Д.В. Ісаєнко, С.В. Мочерним, С.А. Фесаком, Л.П. Чубуком. Значний внесок у практичний досвід житлового будівництва, розроблення інструментів та механізмів фінансування будівництва, а також його законодавчого забезпечення зробили К.В. Паливода, В.І. Кравченко, В.А. Поляченко, В. Куйбіда [4; 5; 7; 15].

**Метою** даної роботи є систематизація механізмів державної житлової політики, спрямованої на ринок будівництва доступного житла для створення передумов до його врівноваження та дослідження їх дієвості з метою забезпечення довготривалого соціального й економічного ефекту.

**Результати дослідження.** Функціонування ринку житлового будівництва як сукупності різноманітної кількості процесів відбувається під впливом ринкового механізму саморегуляції відносин між суб'єктами господарювання та їх державним регулюванням.

Державна житлова політика має бути спрямована на виконання ст. 47 Конституції України. Регулююча роль держави у функціонуванні галузей народного господарства України закріплена законодавчо. Так, згідно з п. 1 ст. 5 Господарського кодексу України (ГК), правовий господарський порядок формується на основі «оптимального поєднання ринкового саморегулювання економічних відносин суб'єктів господарювання та державного регулювання макроекономічних процесів, виходячи з конституційної вимоги відповідальності держави перед людиною за свою діяльність...» [6].

Згідно з п. 1 ст. 10 ГК, головними напрямками *економічної політики* в частині регулювання первинного ринку житла, що визначаються державою, є: *структурно-галузева політика*, спрямована в тому числі на будівельну галузь; *інвестиційна політика*, спрямована «на створення суб'єктам господарювання необхідних умов для залучення і концентрації коштів на потреби розширеного відтворення основних засобів виробництва»; *цінова політика*, яка спрямована на регулювання «відносин обміну між суб'єктами ринку з метою забезпечення еквівалентності в процесі реалізації національного продукту»; *антимонопольно-конкурентна політика*, що спрямована на «створення оптимального конкурентного середовища діяльності суб'єктів господарювання» задля «сприяння зростанню ефективної соціально орієнтованої економіки»; *бюджетна політика*, спрямована на «оптимізацію та раціоналізацію формування доходів і використання державних фінансових ресурсів, підвищення ефективності державних інвестицій у економіку»; «забезпечення соціальної справедливості під час перерозподілу національного доходу»; *податкова політика*, спрямована на «забезпечення економічно обгрунтованого податкового навантаження на суб'єктів господарювання, стимулювання суспільно необхідної економічної діяльності суб'єктів»; *грошово-кредитна політика*, спрямована в тому числі на «залучення коштів

суб'єктів господарювання та населення до банківської системи, стимулювання використання кредитних ресурсів на потреби функціонування і розвитку економіки». Згідно з п. 3 ст. 10 ГК, у соціально-економічній сфері держава «здійснює соціальну політику захисту прав споживачів, політику заробітної плати і доходів населення, політику зайнятості, політику соціального захисту та соціального забезпечення» [6]. Згідно з п. 2 ст. 12 ГК, головними засобами регулюючого впливу держави на діяльність суб'єктів господарювання є державне замовлення, технічне регулювання, регулювання цін і тарифів, надання податкових та інших пільг [6].

На думку В. Куйбіди<sup>1</sup>, «триєдиною місією держави є регулювання макроекономічної ролі будівельного комплексу», а державна політика у будівельній галузі має формуватися «на основі пізнання об'єктивних прямих і зворотних зв'язків макро- і мікроекономічних інвестиційно-будівельних процесів, моделювання впливу структури, економічного механізму і показників розвитку інвестиційно-будівельного комплексу на динаміку соціального і економічного розвитку держави та її регіонів, а такої динаміки – на будівництво». Пріоритетні напрями розвитку житлового будівництва, на його думку, мають орієнтуватися на загальнодержавні соціальні та економічні стратегії, а також на державні та регіональні цільові програми. При цьому «результативність та ефективність програм повинна забезпечуватися професійним плануванням і управлінням, запровадженням процедури коригування програм, контролем над фінансуванням і строками виконання заходів» [7].

К.В. Паливода<sup>2</sup> зауважує на «стабілізуючий вплив масштабного житлового будівництва на соціально-економічну ситуацію в країні» і доводить необхідність «посилення сприяння держави житловому будівництву», у тому числі за рахунок дій, спрямованих на поліпшення інвестиційного клімату в країні, поліпшення взаємодії між забудовниками, фінансовими установами та органами місцевої влади, створення законодавчих та нормативно-правових передумов у фінансовій та податковій сферах, а також створення прозорих і сприятливих умов землекористування [4]. Він вважає, що одним із першочергових завдань у країні є «створення дієвих механізмів та інструментів фінансування житлового будівництва». Також, на його думку, необхідно підтримувати забудовників, які впроваджують новітні механізми фінансування житлового будівництва.

Можливість надання будівельним, девелоперським та обслуговуючим компаніям, які приймають участь у державних житлових програмах, пільг (наприклад, на придбання земельних ділянок) призведе до зниження податкового навантаження, зменшення собівартості будівельних робіт та сприятиме розвитку таких компаній, завдяки чому будуть створені сприятливі умови для збільшення пропозиції житла [8].

В.А. Поляченко вважає, що «житлове будівництво повинно стати одним із пріоритетних національних проєктів, а за допомогою державних ресурсів країна повинна стимулювати попит саме на недороге, доступне житло» [5].

Багато науковців доводять, що нове будівництво та державні інвестиції дають поштовх економіці. Так, М. Шмельов наполягає на необхідності впровадження прямої підприємницької діяльності держави у тих галузях, які задовольняють нагальні потреби суспільства [9].

<sup>1</sup> Міністр регіонального розвитку та будівництва України (2007–2010 рр.), президент Національної академії державного управління при Президентові України (31 серпня 2016 р.– 5 квітня 2019 р.).

<sup>2</sup> Голова Правління АТ «АКБ «Аркада».

Ю.В. Кіндзерський вважає, що ефективність упровадження промислової політики напряму впливає на якість життя громадян за рахунок збільшення кількості зайнятого населення та зростання обсягів їхніх доходів та витрат [10]. Т.Ф. Нахкур пропонує створити державою умови для сталого збільшення інвестицій у будівництво за рахунок капіталовкладень із боку держави, юридичних та фізичних осіб, кошти яких були б акумульовані в інвестиційні фонди [11].

У роботі [12] зауважено, що внаслідок невиваженої політики на ринку житлової забудови держава наразі не визначає ключові напрями його розвитку та, відповідно, не впливає на процес урівноваження попиту та пропозиції. Негативним чинником у роботі названо також досить низький обсяг державних інвестицій у житлове будівництво. Так, станом на 2018 р. у загальній сумі інвестицій у житло у розмірі 51477 млн. грн частка фінансування будівництва житла коштами населення становила 57% (29173 млн. грн), власними коштами підприємств та організацій – 17% (8957 млн. грн), коштами державного бюджету – 1,6% (830 млн. грн), місцевого бюджету – 1,9% (996 млн. грн) [13].

Щодо розроблення, вдосконалення та впровадження державних механізмів регулювання житлового будівництва вчені погоджуються, що необхідно враховувати поточні політичні, економічні та соціальні умови розвитку країни [4], зауважувати на нерівномірності соціально-економічного розвитку регіонів [8], а також урахувати сформований світовий досвід у цій сфері.

Головними напрямками державної житлової політики вчені називають поліпшення інвестиційного клімату [4], підвищення платоспроможного попиту [10; 12], запровадження іпотечного кредитування [5].

Для поліпшення **інвестиційного клімату** на ринку первинної житлової забудови необхідно сприяти покращенню його прозорості, створенню умов розвитку конкурентного середовища, зниженню корупційних ризиків за рахунок упровадження публічності, відкритості та доступності інформації щодо виділення під забудову земельних ділянок, інформації щодо всіх учасників будівельного процесу, стану будівництва та якості об'єктів будівництва [3]. Також необхідно створити правове поле для забезпечення скорочення термінів надання адмінпослуг у будівництві та підвищення якості їх надання [8; 14].

Окремо пропонується розвивати ринок *орендного житла*, який був би доступним для населення з невисоким рівнем доходів [14]. Так, в аналітичній записці *Інституту стратегічних досліджень* сказано, що «будівництво орендного житла є одним з ефективних способів розв'язання суперечності між рівнем доходів населення і рівнем цін на житло», та названо такі позитивні наслідки розвитку сектору орендного житла: зниження загального рівня цін на ринку житлової нерухомості; зниження гостроти проблеми забезпечення житлом громадян, що потребують поліпшення житлових умов; вирішення житлових проблем домогосподарств в умовах невизначеності їхніх доходів; ефективне вирішення проблеми управління багатоквартирними будинками; позитивний вплив на мобільність робочої сили та сприяння економічному розвитку регіону; створення сприятливих умов для участі роботодавців у вирішенні житлових проблем найманих працівників [12].

Серед напрямів державної політики, що мають за мету поліпшити соціально-економічні показники країни, окремо акцентується увага на необхідності **підвищення платоспроможного попиту**. У роботі [15] К.В. Паливода досліджує вплив державної політики, спрямованої на нарощування доходів населення для активізації його



інвестиційної діяльності. Він доводить, що приріст індивідуальних доходів населення за рахунок збільшення розмірів заробітної плати та соціальних виплат призводить до збільшення індивідуальних заощаджень, які є потенційним інвестиційним ресурсом.

Необхідним заходом із боку держави в умовах обмеженого бюджету, що виділяється на фінансування житлових програм, є контроль над вартістю житлових об'єктів будівництва, які беруть участь у державних житлових програмах. Автор дослідження [12] називає встановлення зв'язку між собівартістю будівництва доступного житла та його ринковою ціною одним із головних завдань державної житлової політики.

Для забезпечення ефективного впровадження державної житлової політики її розроблення та реалізація мають одночасно здійснюватися на макрорівні (національний рівень), мезорівні (регіони країни та будівельна галузь) та мікрорівні (суб'єкти господарювання) [10]. Так, на *макрорівні* визначаються загальнонаціональні цілі подальшого розвитку ринку житла, формується та вдосконалюється нормативна база, розробляються державні житлові цільові програми, визначаються шляхи їх ресурсного забезпечення; запроваджуються механізми фінансування житлового будівництва, організується взаємодія забудовників, банків та держави. На *мезорівні* розробляються регіональні житлові програми та формуються під них бюджети з урахуванням поточного соціально-економічного стану та перспектив розвитку регіону, його інфраструктури, попиту на нове житло, сформованих цін на нерухомість та територіальних особливостей регіону. На *мікрорівні* основним завданням держави є сприяння встановленню прозорих взаємозв'язків між забудовниками, підрядниками, банками, сектором послуг та інвес-

тарами, а також цілеспрямоване створення мотивуючих для забудовників і банків умов щодо їх участі в державних житлових програмах.

Таким чином, для успішної реалізації державної макроекономічної політики у галузі житлового будівництва, головна мета якої полягає у створенні умов врівноваженості ринку житла, є запровадження постійного аналізу з подальшим удосконаленням таких елементів [10]:

- системи державного нормативно-правового та організаційно-управлінського забезпечення розвитку житлового будівництва;
  - системи суб'єктів державних та місцевих органів влади, суб'єктів господарювання, наукових і навчальних організацій, що мають вплив на розвиток житлового будівництва;
  - системи суб'єктів господарювання (збудувники, підрядники, фінансові установи тощо) та фізичних осіб, що безпосередньо залучені у процес будівництва житла;
  - системи кінцевих об'єктивних результатів, представлених сукупністю кількісних та якісних показників, які відображатимуть наслідки проведення державної житлової політики.
- Узагальнюючи вищенаведені дослідження наукових і законодавчих джерел, пропонуємо такі напрями державної політики в галузі житлового будівництва та механізми її реалізації (рис. 1). Заходи державної житлової політики уряду можна віднести до загальної економічної або соціальної політики держави. Так, серед *економічних* заходів державної житлової політики, що мають за мету поліпшити макроекономічні показники, насамперед ВВП та рівень безробіття, можуть бути такі напрями:
- подальша реалізація державних та регіональних житлових програм.

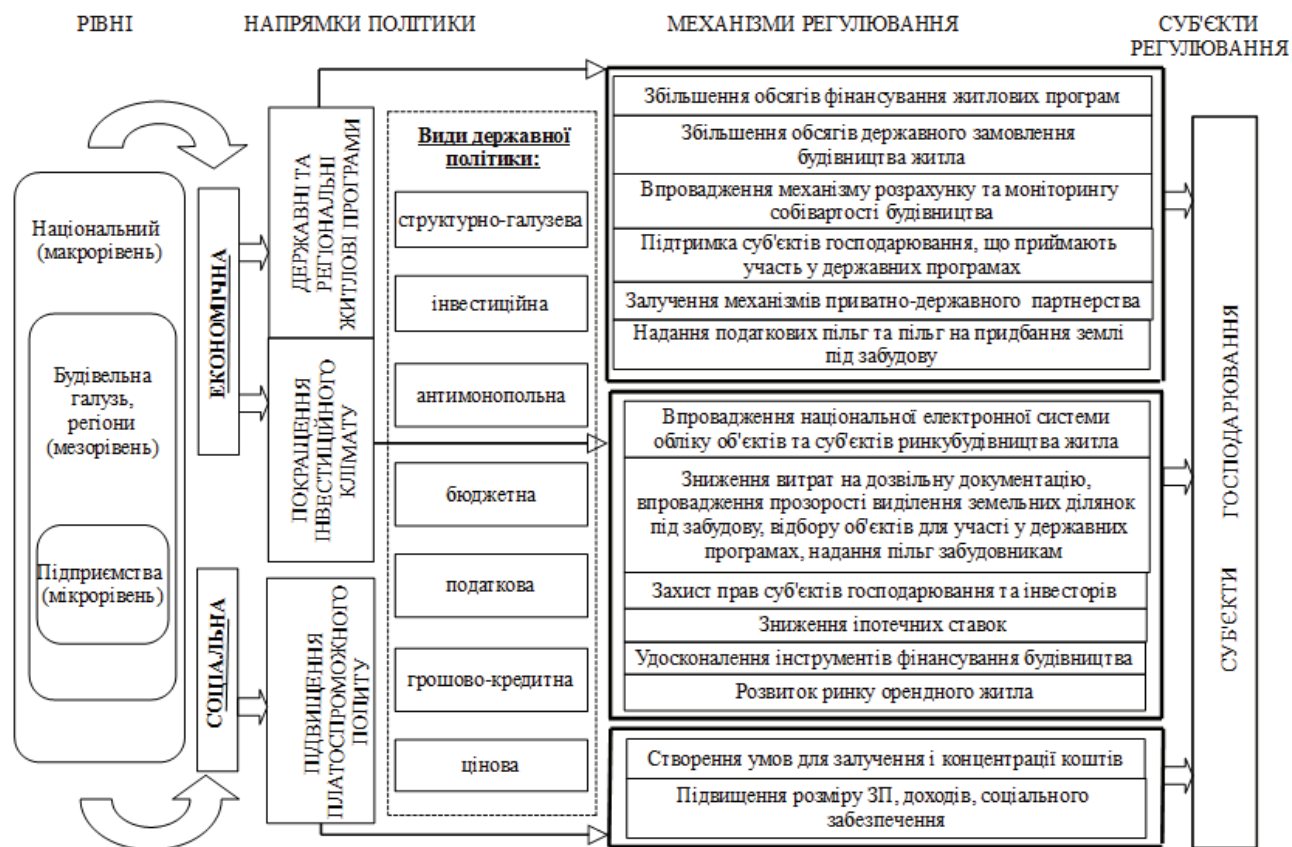


Рис. 1. Напрями та механізми державної житлової політики щодо регулювання рівноваги первинного ринку житла

Джерело: складено автором

- поліпшення інвестиційного клімату.
- підвищення платоспроможного попиту.

Зупинимось детальніше на цих напрямках і механізмах їх реалізації в рамках кожного з видів стабілізаційної політики.

У рамках *структурно-галузевої політики* окремо мають розроблятися та впроваджуватися заходи щодо стимулювання галузі житлового будівництва задля зростання рівня життя населення. Наприклад, реалізація існуючих та розроблення нових державних та регіональних житлових програм, що відповідатимуть поточному соціально-економічному становищу регіонів.

У рамках *інвестиційної політики* необхідні кроки, які забезпечать зниження фінансових та операційних ризиків, що супроводжують процес будівництва об'єкта до моменту здачі його в експлуатацію як для інвесторів, так і для забудовників та інших учасників будівництва, а також для держави: удосконалення законодавства щодо захисту прав суб'єктів господарювання та інвесторів, у тому числі розроблення механізмів гарантованого повернення фінансових вкладень; контроль над якістю виконання будівельних робіт; розроблення та впровадження національної електронної інформаційної платформи з базою даних об'єктів і суб'єктів господарювання первинного ринку житла в усіх регіонах країни; модернізація існуючих механізмів фінансування будівництва (фонди фінансування будівництва, випуск цільових облігацій, інститути спільного інвестування, фонди операцій із нерухомістю) відповідно до поточних потреб та розроблення нових у разі необхідності; впровадження механізму приватно-державного партнерства до процесу будівництва доступного житла; розвиток ринку орендного житла.

У рамках *антимонопольної політики* необхідні заходи із забезпечення конкурентоспроможності та прозорості функціонування ринку житлової забудови щодо надання адміністративних послуг у будівництві, розподілі земельних ділянок під забудову, відборі об'єктів для участі у державних житлових програмах, наданні пільг забудовникам, які приймають участь у цих програмах.

У рамках *цінової політики* необхідне впровадження таких механізмів: системи державного моніторингу цін на житло, яка надасть усім учасникам процесу об'єктивні дані щодо стану та тенденцій розвитку ринку первинної житлової забудови; системи розрахунку та моніторингу собівартості будівництва доступного житла, що дасть змогу мати економічно й соціально обґрунтовані ціни на доступне житло в усіх регіонах країни.

У рамках *бюджетної політики* необхідно: збільшити обсяги виділення коштів на державні та регіональні житлові програми; збільшити обсяг державного замовлення на будівництво доступного житла.

У рамках *податкової політики* для підтримки забудовників та інших суб'єктів господарювання, що приймають участь у державних житлових програмах, необхідно: впро-

вадити надання податкових пільг, пільг на придбання землі під забудову та інших; оптимізувати процес витрат забудовника на будівництво об'єктів соціальної інфраструктури.

У рамках *грошово-кредитної політики* з метою залучення до придбання житла на первинному ринку домогосподарств із невеликим доходом та стимулювання використання кредитних ресурсів необхідно: розвивати іпотечне кредитування, у тому числі заходами, спрямованими на зниження процентної ставки; створювати умови для концентрації та залучення вільних коштів юридичних та фізичних осіб в інвестування в житлове будівництво.

У рамках *соціальної політики* для забезпечення збільшення платоспроможного попиту доцільно законодавчо запровадити підвищення розміру заробітних плат, соціального забезпечення та інших доходів, на розмір яких прямо чи опосередковано впливає держава.

**Висновки.** Для більш продуктивного функціонування первинного ринку житла існує гостра потреба у теоретико-прикладному обґрунтуванні ефективної системи управління галуззю житлового будівництва, яке б дало змогу задіяти низку механізмів, спрямованих на створення ключових важелів урегулювання дисбалансу ринку житла. Очевидно, що діяльність державних органів влади, спрямована на поліпшення та відновлення балансу між попитом і пропозицією, призведе до зростання обсягів житлового будівництва та, відповідно, до певного насичення попиту на житло серед малозабезпечених громадян.

За рахунок макроекономічної державної політики в галузі житлового будівництва можуть бути вирішені такі завдання:

- завдяки будівництву нового житла відбувається стимулювання зростання трудомістких видів виробництва та часткове вирішення за цей рахунок такої соціальної проблеми, як рівень зайнятості;
- зниження соціального напруження за рахунок можливості отримати житло;
- пришвидшення соціально-економічного розвитку депресивних регіонів;
- поліпшення інвестиційної привабливості регіонів завдяки створенню та розвитку інфраструктури, а також створенню нових робочих місць як у будівельній галузі, так і у суміжних;
- збільшення доступності фінансово-кредитних ресурсів для учасників первинного ринку житла;
- зниження монополізації будівельного ринку;
- створення ефективного законодавства та доступних національних інформаційних ресурсів для забезпечення прозорості існування первинного ринку житла.

Отже, саме макроекономічна регулююча роль держави та запровадження необхідних механізмів дадуть змогу уряду зменшити нерівноваженість ринку первинного житла завдяки задоволенню частини попиту на житло, що призведе до поліпшення як соціальних, так і макроекономічних показників країни.

#### Список використаних джерел:

1. Житловий фонд України : статистична інформація / Державна служба статистики України. URL : [https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2007/zf/zf\\_u/2006\\_u.htm](https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2007/zf/zf_u/2006_u.htm) (дата звернення: 12.11.2019).
2. Будівельний ефект допінгу на економіку. Як поєднуються чинники росту та індикатор здорової економіки / Офіс ефективного регулювання (BRDO). URL : [http://brdo.com.ua/wp-content/uploads/2018/04/Preza\\_Lvov\\_Fynans2018\\_pravky-1.pdf](http://brdo.com.ua/wp-content/uploads/2018/04/Preza_Lvov_Fynans2018_pravky-1.pdf) (дата звернення: 22.11.2019).
3. Давиденко Н.М., Воронченко О.В. Сутність та закономірності розвитку ринку нерухомості в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 21. С. 5-7.
4. Паливода К.В. Механізми та інструменти фінансування житлового будівництва за умов соціально-економічної нестабільності в Україні. *Інвестиції: практика і досвід*. 2018. № 1. С. 5–10.
5. В. Поляченко. Возобновим жилищне строительство – возродим економіку. *Зеркало недели*. 2010. № 10. URL : [https://zn.ua/ECONOMICS/vozobnovim\\_zhilischnoe\\_stroitelstvo\\_\\_vozrodim\\_ekonomiku.html](https://zn.ua/ECONOMICS/vozobnovim_zhilischnoe_stroitelstvo__vozrodim_ekonomiku.html) (дата звернення: 14.10.2019).

6. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 р. № 436-IV / Верховна Рада України. *Відомості Верховної Ради України*. 2003. № 18. № 19–20. № 21–22. Ст. 144.
7. Куйбіда В. Уроки кризи і оновлене бачення будівництва. *Дзеркало тижня*. 2010. № 3. URL : [https://dt.ua/ECONOMICS/uroki\\_krizi\\_i\\_onovlene\\_bachennya\\_budivnitsva.html](https://dt.ua/ECONOMICS/uroki_krizi_i_onovlene_bachennya_budivnitsva.html) (дата звернення: 10.10.2019).
8. Павлов К.В. Інвестиційні зрушення в політиці підвищення конкурентоспроможності на регіональних ринках нерухомості. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*. 2017. № 25. С. 38–41.
9. Шмелев Н. Модернізація економіки: імперативи державного участя. *Свободная мысль*. 2010. № 2. С. 15–26.
10. Кіндзерський Ю. Цілі, інструменти та моделі промислової політики в економічних перетвореннях. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2009. № 5. С. 5–18.
11. Нахкур Т.Ф. Ефективність політики державного регулювання інвестицій у будівництво в Україні. *Менеджер*. 2018. № 1. С. 112–116.
12. Біловський О.А. Напрями реформування державної житлової політики України : аналітична доповідь. Київ : Національний інститут стратегічних досліджень. 2013. 55 с.
13. Капітальні інвестиції за джерелами фінансування за видами економічної діяльності за 2018 рік : статистична інформація / Державна служба статистики України. URL : [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/ibd/kindj\\_ek/arch\\_kindj\\_ek.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/ibd/kindj_ek/arch_kindj_ek.htm) (дата звернення: 22.10.2019).
14. Заяць В.С. Розвиток житлового будівництва як фактор формування житлових умов населення. *Демографія та соціальна економіка*. 2019. № 2. С. 137–151.
15. Паливода К.В. Значення державної політики нарощування доходів населення для активізації інвестиційної діяльності. *Ефективна економіка*. 2009. № 2. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2009\\_2\\_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2009_2_19) (дата звернення: 22.11.2019).

#### References:

1. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2018) *Zhytlovyi fond Ukrainy* [Housing Fund of Ukraine], Kyiv: Informatsiino-analitychne ahentstvo. Available at: [https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2007/zi/zf\\_u/2006\\_u.htm/](https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2007/zi/zf_u/2006_u.htm/) (accessed 12.11.2019).
2. Ofis efektyvnoho rehulivannia (BRDO - Better Regulation Delivery Office) (2018) *Budivelniy efekt dopinhu na ekonomiku. Yak poiednuitsia chynnyky rostu ta indyktor zdorovoi ekonomiky* [The construction effect of doping on the economy. How growth factors and the indicator of a healthy economy are combined], Ekspertno-analitychni tsestr. Available at: [http://brdo.com.ua/wp-content/uploads/2018/04/Preza\\_Lvov\\_Fynans2018\\_prvky-1.pdf/](http://brdo.com.ua/wp-content/uploads/2018/04/Preza_Lvov_Fynans2018_prvky-1.pdf/) (accessed 22.11.2019).
3. Davydenko N.M., Voronchenko O.V. (2017) Sutnist ta zakonirnosti rozvytku rynku nerukhomosti v Ukraini [The essence and patterns of development of the real estate market in Ukraine]. *Investment: practice and experience*, no. 21, pp. 5-7.
4. Palyvoda K.V. (2018) Mekhanizmy ta instrumenty finansuvannia zhytloвого budivnytstva za umov sotsialno-ekonomichnoi nestabilnosti v Ukraini [Mechanisms and instruments for housing financing in the face of socio-economic instability in Ukraine]. *Investment: practice and experience*, no. 1, pp. 5–10.
5. V. Poliachenko (2010) Vozobnovym zhylyshchnoe stroitelstvo – vozrodyem ekonomyky [We will resume housing construction – we will revive the economy]. *The mirror of the week*, no. 10. Available at: [https://zn.ua/ECONOMICS/vozobnovim\\_zhilischnoe\\_stroitelstvo\\_vozrodim\\_ekonomiku.html](https://zn.ua/ECONOMICS/vozobnovim_zhilischnoe_stroitelstvo_vozrodim_ekonomiku.html) (accessed 14.10.2019).
6. Verkhovna Rada of Ukraine (2003) *Hospodarskyi kodeks Ukrainy* [Economic Code of Ukraine]. Code of Ukraine of January 16, 2003 № 436-IV. Information of the Verkhovna Rada of Ukraine. 2003. № 18. № 19–20. № 21–22. Art. 144.
7. Kuibida V. (2010) Uroky kryzy i onovlene bachennia budivnytstva [Lessons from the crisis and a renewed vision of construction]. *The mirror of the week*, no. 3 (782). Available at: [http://www.ssr.org.ua/content/eng/archiv/dzerkalo\\_tyzhnya.pdf](http://www.ssr.org.ua/content/eng/archiv/dzerkalo_tyzhnya.pdf) (accessed 10.10.2019).
8. Pavlov K.V. (2017) Investytsiini zrushennia v politytsi pidvyshchennia konkurentospromozhnosti na rehionalnykh rynkakh nerukhomosti [Investment shifts in the policy of increasing competitiveness in regional real estate markets]. *Scientific Bulletin of the International Humanities University. Series: Economics and Management*, no. 25, pp. 38–41.
9. Shmelev N. (2010) Modernizatsiya ekonomiki: imperatyvy gosudarstvennogo uchastiya [Modernization of the economy: imperatives of state participation]. *Free thought*, no. 2, pp. 15–26.
10. Kindzerskyi Yu. (2009) Tsili, instrumenty ta modeli promyslovoi polityky v ekonomichnykh peretvorenniakh [Goals, instruments and models of industrial policy in economic transformation]. *Bulletin of the Kyiv National University of Trade and Economics*, no. 5, pp. 5–18.
11. Nakhkur T.F. (2018) Efektyvnist polityky derzhavnoho rehulivannia investytsii u budivnytstvo v Ukraini [Efficiency of state regulation of investment in construction in Ukraine]. *Manager*, no. 1, pp. 112–116.
12. Bilovskiy O.A. (ed.) (2013) Napriamy reformuvannia derzhavnoi zhytlovoi polityky Ukrainy [Areas of reforming the state housing policy of Ukraine]. *Natsionalnyi instytut stratehichnykh doslidzhen*. Kyiv: National Institute for Strategic Studies. Available at: [http://old2.niss.gov.ua/public/File/2013\\_analit/zhytlo.pdf](http://old2.niss.gov.ua/public/File/2013_analit/zhytlo.pdf) (accessed 23.10.2019).
13. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2018) *Kapitalni investytsii za dzherelamy finansuvannia za vydamy ekonomichnoi diialnosti za 2018 rik* [Capital investment by sources of financing by type of economic activity for 2018], Kyiv: Informatsiino-analitychne ahentstvo. Available at: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/ibd/kindj\\_ek/arch\\_kindj\\_ek.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/ibd/kindj_ek/arch_kindj_ek.htm) (accessed 22.10.2019).
14. V.S. Zaiats (2019) Rozvytok zhytloвого budivnytstva yak faktor formuvannia zhytlovykh umov naseleння [Housing development as a factor in shaping the living conditions of the population]. *Demography and the Social Economy*, no. 2, pp. 137–151.
15. K.V. Palyvoda (2009) Znachennia derzhavnoi polityky naroshchuvannia dokhodiv naseleння dla aktyvizatsii investytsiinoi diialnosti. [The importance of the state policy of increasing the income of the population for intensifying investment activity]. *An efficient economy*, no. 2. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2009\\_2\\_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2009_2_19) (accessed 22.11.2019).

#### К ПРОБЛЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПЕРВИЧНОГО РЫНКА ЖИЛЬЯ

**Аннотация.** В статье систематизированы научные подходы и законодательные требования, касающиеся необходимости внедрения государственной политики в области жилищного строительства. Проанализированы текущие проблемы рынка жилищного строительства в Украине и выявлены признаки неуравновешенности рынка в сегменте доступного жилья. Обобщены подходы к внедрению государственной жилищной политики. Доказаны целесообразность

проведення государством политики по обеспечению граждан доступным жильем и влияние этой политики на экономическое и социальное развитие страны. Признано, что главными направлениями государственной жилищной политики должны стать улучшение инвестиционного климата и повышение платежеспособного спроса. Предложены механизмы реализации государственной жилищной политики по основным направлениям экономической политики государства: бюджетной, инвестиционной, антимонопольной, денежно-кредитной.

**Ключевые слова:** первичный рынок жилья, жилая недвижимость, государственное регулирование, механизмы, инвестиции, доступное жилье, государственная политика, социальное развитие, жилищное строительство.

#### TO THE PROBLEM OF STATE REGULATION OF THE PRIMARY HOUSING MARKET

**Summary.** The aim of the article is to highlight and to study effective mechanisms of state housing policy. This policy should be aimed at the affordable housing market in order to balance it. This will provide a lasting social and economic effect. The significant role of the primary residential real estate market in the economic and social environment of the country requires the creation of a regulatory system and stimulation of its development at the state and regional levels with the involvement of local authorities. The main goal of government policy on housing should be the creation of prerequisites for balancing supply and demand in the affordable housing segment. Despite the annual stable positive dynamics of increasing the country's housing stock, there is a large unrealized demand for affordable housing. Today, the large number of citizens are not provided with affordable homes, such as families, as well as youth, ATO participants and refugees. Only 6% of households that need housing were able to take advantage of public housing programs. This situation is generally affected by the low income level of the vast majority of the country's population. Existing problems within the Ukrainian housing construction market have been analysed. The author determines imbalance within the affordable property segment of the market and summarizes possible approaches of state policy implementation. Certain steps towards the implementation of housing policy should be based on ensuring long-term economic growth and stable social development. The development and implementation of state housing policy should be simultaneously carried out at the national level, the level of the country's regions and the construction industry, and the level of business entities. Moreover he proves the necessity of state policy in providing affordable property to citizens and shows the positive future impact of this policy to economic and social development of the country. The improvement of investment opportunities and increase in solvent demand are named to be the main targets of the state housing policy. Finally, the writer suggests areas for state housing policy development - budget, investment, antitrust, monetary.

**Key words:** primary housing market, residential real estate, government regulation, mechanisms, investments, procurable housing, government policy, social development, residential construction.

УДК 338.45:621:005.336.1

DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-28-59>

**Швець Ю. О.**

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри фінансів,  
банківської справи та страхування  
Запорізького національного університету*

**Shvets Yuliia**

*Candidate of Economic Sciences (Ph. D. in Economics),  
Senior Lecturer of Finance, Banking and Insurance  
Zaporizhzhia National University*

#### ДОСЛІДЖЕННЯ ЧИННИКІВ ВПЛИВУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ОПЕРАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ

**Анотація.** Визначено, що ефективність управління операційною діяльністю для підприємств машинобудування свідчить про результативність функціонування, раціональність використання ресурсів, витрачання коштів. Проте на результативність операційної діяльності підприємств постійно впливають чинники ринкового середовища, які можуть спричинити прийняття необґрунтованих рішень, надмірне витрачання коштів та втрату конкурентних переваг, погіршення показників діяльності. Проаналізовано підходи вчених до виділення чинників впливу на ефективність управління операційною діяльністю підприємств. Визначено чинники зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на операційну діяльність підприємств машинобудування. Запропоновано шляхи подолання впливу чинників на ефективність управління операційною діяльністю, а саме: виділення коштів на поліпшення операційної діяльності; аналізування конкурентів, дослідження ринку; впровадження сучасного обладнання; проведення рекламної діяльності; пошук більш якісної сировини; створення сприятливих умов праці; мотивація працівників; модернізація виробничого процесу; розширення асортименту продукції; впровадження нових технологій та підходів до управління. З'ясовано, що врахування впливу чинників під час здійснення управління операційною діяльністю дасть змогу своєчасно реагувати на них, підвищувати результативність функціонування, прибутковість підприємств машинобудування.

**Ключові слова:** операційна діяльність, управління операційною діяльністю, чинники впливу, внутрішнє та зовнішнє середовище, економічна ефективність.

**Вступ та постановка проблеми.** В умовах ринкової економіки для підприємств машинобудування одним з актуальних питань є здійснення ефективної операційної діяльності, що дасть змогу підвищити конкурентоспроможність продукції, зміцнити позиції на ринках збуту, поліпшити фінансовий стан, визначити напрями подальшого розвитку. Водночас умовами стійкого розвитку підприємств є успішна торговельна діяльність та ефективність виробничого процесу, раціональність використання ресурсів. Однією з умов ефективності операційної діяльності підприємств є визначення, аналізування, оцінка чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на операційну діяльність і на результат функціонування у цілому. Під час визначення чинників впливу на ефективність управління операційною діяльністю потрібно враховувати специфіку функціонування підприємств машинобудування для своєчасної реакції на них, пристосування до певних змін. Отже, існує об'єктивна необхідність у дослідженні чинників впливу на ефективність управління операційною діяльністю підприємств машинобудування, що дасть змогу дослідити ефективність управління, виявити причини погіршення та можливості їх подолання.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження наукових праць показує, що існує безліч чинників, які впливають на ефективність управління діяльністю підприємств. Питання ефективності діяльності, економічної ефективності підприємства є дискусійними. Дослідження чинників впливу на операційну діяльність, ефективність функціонування, процес управління підприємств розглянуто у працях багатьох учених, серед яких: В.О. Данильченко [1], К.С. Дойчева [2], І. Єрфорт, Ю. Єрфорт [3], О.Я. Костишина [4], О.М. Лизунова, О.О. Пуханов [5], Г.М. Мадрига [6], С.М. Пісарюк [7], Г.Г. Савіна, Т.І. Скібіна [8], С.С. Свиридова, О.О. Пожар [9], О.В. Сташук, Т.П. Назарчук, М.О. Подвисоцька [10].

Варто зазначити, що існує потреба у конкретизації наукових досліджень щодо визначення чинників впливу на ефективність управління операційною діяльністю підприємств машинобудування. Незважаючи на глибокі наукові дослідження окреслених питань, доцільно уточнити чинники впливу на ефективність управління операційною діяльністю з урахуванням специфіки підприємств. Аналіз чинників впливу на операційну діяльність підприємств є важливим, оскільки їх урахування дасть змогу підвищити конкурентоспроможність, здійснити пошук нових шляхів розвитку.

**Метою** даної роботи є визначення підходів учених до виділення чинників впливу на ефективність операційної діяльності підприємств, узагальнення переліку чинників впливу на ефективність управління операційною діяльністю підприємств машинобудування, визначення способів, шляхів уникнення негативного впливу чинників та досягнення результативності операційної діяльності підприємств.

#### **Результати дослідження.**

На сучасному етапі розвитку підприємницької діяльності підприємства машинобудування відіграють вагомий роль у розвитку економіки країни, але на ефективність їхньої роботи постійно впливають чинники зовнішнього та внутрішнього середовища. Конкуренція та ринкові умови змушують підприємства машинобудування до пошуку шляхів досягнення довгострокового успіху, зростання конкурентоспроможності, стабілізації показників діяльності, що можливо шляхом поліпшення ефективності управління операційною діяльністю на підприємстві.

Під впливом бізнес-середовища, різноманітних чинників, в умовах появи загроз та ризиків підприємства машинобудування змушені поліпшити процес реагування

та адаптації до змін, викликів навколишнього середовища. На підприємствах машинобудування, щоб залишатися конкурентоспроможними у бізнесі, управління діяльністю повинно розглядатися як одна з ключових сфер, що впливає на успіх підприємства у цілому, проведення операційної діяльності.

Керівництво на підприємствах машинобудування повинне вміти вчасно визначати чинники, які впливають на управління операційною діяльністю, та своєчасно вдосконалювати управління своїми операціями, що дасть змогу розподіляти виробничі витрати, планувати графіки постачання, організувати виробництво продукції, налагодити відносини з постачальниками, а також підвищити продуктивність праці на підприємстві. Вдосконалення управління операційною діяльністю дасть змогу досягти підприємству своїх цілей, сформованих завдань.

Для того щоб залишатися конкурентоспроможними, формувати конкурентні переваги, поліпшити організаційні показники, підприємствам машинобудування доцільно постійно вдосконалюватися і прагнути впроваджувати сучасні технології. Зростаючий рівень конкурентної боротьби, дешевший продукт та довший життєвий цикл обслуговування, зростання кількості високоякісних продуктів, більш освічені та якісні споживачі та можливості нових технологій посилюють тиск на функціонування підприємств, зумовлюють потребу у визначенні впливу зовнішніх чинників на здійснення операційної діяльності.

Аналіз наукових публікацій дає змогу виокремити чинники, що впливають на операційну діяльність промислових підприємств в Україні. Найчастіше виділяють чинники внутрішнього та зовнішнього середовища впливу на операційну діяльність підприємства.

Зовнішні чинники впливають на ефективність здійснення операційної діяльності, але їх не можна контролювати, нейтралізувати чи уникнути. Чинники зовнішнього впливу не залежать від діяльності, що здійснює підприємство, але мають вагомий вплив на ефективність їх функціонування. Зовнішні чинники поділяються на чинники прямого і непрямого впливу, чинники макросередовища та мікросередовища [7].

Розуміння впливу зовнішніх чинників дає можливість керівництву підприємства чітко спланувати та стимулювати певні дії, що впливає на довгостроковий успіх, показники діяльності, конкурентоспроможність.

Більш детально розглянемо основні зовнішні чинники, які поділяються на чинники макросередовища та мікросередовища, що мають значний вплив на реалізацію операційної діяльності на підприємстві. Серед чинників макросередовища слід виділити: економічні (використання кредитних ресурсів, податкове навантаження, добробут населення, інфляція); соціальні (освіта, доходи населення); політичні (міжнародні відносини, політична ситуація); правові (нормативи, закони, що регулюють діяльність підприємств); науково-технічні (нові способи доставки товарів, модернізація обладнання, програмне забезпечення, інформаційні технології, нові методи управління); екологічні (стан навколишнього середовища, стан природних ресурсів); демографічні [7, с. 94–98; 8].

Аналізуючи вплив зовнішніх чинників на операційну діяльність, також слід виділити демографічні чинники, до яких відносять чисельність та структуру населення, міграційні потоки, частку працездатного населення. Зокрема, вплив демографічних чинників спостерігається під час вибору ринків збуту, прийому на роботу працівників підприємства та стратегії втілення підприємницької діяльності.

Вагомий вплив на управління операційною діяльністю мають економічні чинники, які також впливають на

діяльність підприємства у цілому, серед них слід виокремити рівень добробуту населення, митну систему, інфляційні чинники, використання споживчих кредитів, розмір мінімальної заробітної плати, економічний розвиток держави, співвідношення експорту та імпорту товарів [9, с. 94–95].

Далі проаналізуємо чинники мікросередовища, які мають суттєвий вплив на операційну діяльність на промисловому підприємстві й серед яких найчастіше виділяють: постачальників (якість роботи постачальників, швидкість доставки товарів, економія енергоносіїв, закупівельна ціна); конкурентів (ситуація на ринку, рівень конкурентної боротьби, ризики діяльності, конкурентні переваги); споживачів (потрібно враховувати зміну попиту, рівень цін конкурентів, рекламні заходи); посередників (швидкість надання послуг, якість роботи, використання інформації) [7, с. 94–98; 8].

Чинники внутрішнього середовища мають більш відчутний вплив на ефективність управління операційною діяльністю, стратегію розвитку, правильність прийняття управлінських рішень. Внутрішні чинники залежать, насамперед, від специфіки функціонування підприємств машинобудування, і дієвість їх нейтралізації залежить від контролю керівництва, своєчасності прийняття відповідних рішень. Саме ці чинники здійснюють прямий і значний вплив на економічну ефективність операційної діяльності промислових підприємств, здійснення управління, очікувані результати діяльності.

Детальніше розглянемо та проаналізуємо вплив внутрішніх чинників на управління операційною діяльністю, а саме:

- соціальних чинників (кваліфікація персоналу, умови праці, організація праці, стимулювання продажу) [1, с. 139–140];
- організаційно-управлінських чинників (прогресивні методи закупівлі та продажу товарів, застосування сучасних технологій, рівень менеджменту, організаційна структура управління) [1, с. 139–140];
- забезпечення фінансовими ресурсами, рівень прибутковості;
  - кредитоспроможність підприємства;
  - забезпечення економічними ресурсами та обсяг товарообороту [2];
- якості управління, організації роботи підрозділів підприємства [2];
- виробничих чинників (рівень зношеності обладнання, устаткування, забезпеченість матеріалами, сировиною, якість продукції) [2; 8];
- економічних чинників (позикові кошти, відсоток власного капіталу, рівень заборгованості) [8];
- інноваційних чинників (упровадження інновацій в управління, роботу з персоналом, виробництво продукції, просування товарів на ринок) [8];
- якості персоналу (чисельність працівників, якісний склад, підготовка працівників, мотивація впливають на формування асортиментної політики, попит споживачів) [2; 7, с. 96–98];
- організаційних чинників (плинність кадрів, умови роботи, трудова дисципліна, оптимізація робочого часу, кадрова політика) [7, с. 96–98];
- бренда та іміджу (дають змогу підвищити конкурентоспроможність, сформувати конкурентні переваги, збільшити обсяги продажу, попит на продукцію та заключити контракти з новими партнерами, полегшити вихід на нові ринки збуту) [7, с. 96–98];
- маркетингу (активізація рекламної діяльності, впровадження різних знижок, бонусів, просування продукції на ринок) [7, с. 96–98];

– стану матеріально-технічної бази (модернізація застарілого обладнання, впровадження технологій, застосування сучасного устаткування, обладнання робочих місць сприятимуть зниженню витрат, підвищенню продуктивності праці, економічної ефективності) [7, с. 96–98];

– виробництва та цінової політики (організація виробничої діяльності, роботи структурних підрозділів, розширення асортименту товарів та послуг, коригування цін, дослідження цін конкурентів) [7, с. 96–98];

– якості обслуговування (спектр наданих послуг, доставка товарів, організація роботи персоналу впливають на попит споживачів) [7, с. 96–98].

Проаналізувавши внутрішні чинники, можна відзначити, що значний вплив на управління операційною діяльністю підприємств машинобудування здійснюють чинники структури управління, якості персоналу, маркетингу, економічні, стан матеріально-технічної бази, виробництво, організаційні та імідж.

Проаналізувавши вплив зовнішніх та внутрішніх чинників на здійснення операційної діяльності підприємств машинобудування, також доцільно зазначити про вплив чинників на показники діяльності підприємства, визначити шляхи, способи нейтралізації негативного впливу виявлених чинників.

Вплив зовнішніх та внутрішніх чинників на показники підприємств машинобудування характеризується невизначеністю у періодах їх прояву, їх вплив позначається на розмірі прибутку, результативності функціонування, конкурентоспроможності, обсягах виробництва та продажу продукції.

Також чинники ринкового середовища впливають на суму витрат підприємства, собівартість продукції, витрати на зберігання товарів, витрати на збут та витрати на маркетинг, ціну продукції, але дані показники можна корегувати шляхом упровадження інноваційних та новітніх технологій у виробничому процесі, збуту продукції, задоволення потреб споживачів [3, с. 216–218].

Вагомий вплив чинники ринкового середовища мають на продуктивність праці, адже відбір кваліфікованого персоналу, підготовка та перепідготовка працівників, методи мотивації та стимулювання дають змогу підприємствам машинобудування підвищити обсяги виробництва, збуту якісної продукції, функціонувати прибутково.

Дослідження впливу чинників на ефективність управління операційною діяльністю підприємств машинобудування дає змогу зауважити, що одними з вагомих дій для керівництва підприємства є розроблення, застосування шляхів та способів нейтралізації негативного впливу чинників. Серед основних шляхів мінімізації їхнього негативного впливу на управління операційною діяльністю можна визначити:

- аналізування та моніторинг діяльності підприємств машинобудування;
- визначення недоліків, слабких сторін в операційній діяльності та їх усунення;
- використання переваг та сильних сторін операційної діяльності;
- впровадження програмного забезпечення, комп'ютеризацію робочих місць, якісний відбір, обробку, передачу інформації;
- моніторинг та аналіз діяльності конкурентів, конкурентоспроможності їхньої продукції;
- впровадження нових технологій та методів здійснення операційної діяльності;
- пошук нових інноваційних напрямів здійснення виробничого процесу, організацію виробництва нового виду продукції;

- своєчасне планування здійснення операційної діяльності;
- використання у виробництві достатньої кількості устаткування, заміну зношеного обладнання, автоматизацію, механізацію виробництва;
- використання досвіду закордонних підприємств щодо управління операційною діяльністю та впровадження більш нових методів управління;
- підбір кваліфікаційних кадрів, створення умов для підвищення кваліфікації працівників;
- пошук та укладення контрактів із постачальниками на більш вигідних умовах;
- мінімізацію витратання коштів, оптимізацію робочого часу;
- застосування сучасних методів мотивації і стимулювання персоналу;
- прогнозування результатів діяльності та розроблення напрямів розвитку;
- обмін інформаційними даними між підрозділами підприємства, цехами;
- активізацію рекламної діяльності, впровадження системи знижок;
- поліпшення обслуговування клієнтів та врахування їхніх зауважень.

Результативність функціонування, що виникає у процесі нейтралізації негативного впливу чинників на операційну діяльність підприємств машинобудування свідчить про правильність та достатність проведених заходів керівництвом підприємства, а також ефективність використання способів, шляхів мінімізації дії чинників [6].

Визначивши вплив чинників на показники діяльності та сформувавши шляхи нейтралізації їхнього негативного впливу на ефективність управління операційною діяльністю підприємств машинобудування, слід також відзначити результати, яких можна досягти за умови протидії негативним чинникам: виготовлення більш якісної продукції, зниження цін; зменшення обсягу бракованої продукції; збільшення попиту на продукцію; зменшення собівартості виробленої продукції; коригування виробничих витрат; виробництво нової продукції та надання нових

послуг; зростання виручки від реалізації продукції, прибутку; розширення виробничих потужностей та вихід на нові ринки збуту; налагодження господарської діяльності; формування конкурентних переваг; підвищення інвестиційної привабливості.

У цілому протидія та нейтралізація дії чинників зовнішнього і внутрішнього середовища на ефективність управління операційною діяльністю забезпечать стабільність функціонування, продуктивність та ритмічність роботи підприємств машинобудування.

**Висновки.** В умовах ринкового середовища для успішного функціонування підприємств машинобудування вагомим чинником відіграє ефективність управління операційною діяльністю, що можливо на підставі врахування впливу чинників зовнішнього та внутрішнього середовища на дану діяльність. Проаналізовано вплив чинників внутрішнього та зовнішнього середовища на операційну діяльність підприємств та з'ясовано, що їх слід враховувати для поліпшення результативності роботи підрозділів підприємства, цехів.

Значний вплив на ефективність операційної діяльності, рентабельність, прибутковість, ритмічність здійснення виробництва мають: рівень ресурсного забезпечення виробництва, тобто використання матеріалів, сировини, персоналу, інформаційних даних; рівень технічного розвитку підприємства, тобто впровадження новітнього обладнання, програмного забезпечення, модернізація виробництва; фінансове забезпечення; кваліфікація працівників, організація їх праці та виробництва; інвестиційна привабливість; ефективність комерційної та ресурсної діяльності; обґрунтованість прийняття управлінських рішень.

Дослідження чинників впливу на ефективність управління операційною діяльністю підприємств машинобудування сприятиме їх подальшому врахуванню під час оцінки економічної ефективності операційної діяльності та дасть змогу адаптуватися до впливу чинників, підвищити фінансову стабільність, поліпшити якість послуг, вирішити існуючі проблеми у виробництві, торговельній діяльності, управлінні кадрами, вибрати напрями покращення роботи.

#### Список використаних джерел:

1. Данильченко В.О. Вплив зовнішніх і внутрішніх чинників на ефективність фінансово-економічної діяльності підприємств гуртової торгівлі. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. № 1(127). С. 133–143.
2. Дойчева К.С. Фактори, які впливають на ефективність діяльності підприємства. *Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки*. 2011. № 2(10). С. 23–28.
3. Єрфорт І., Єрфорт Ю. Ефективність операційної діяльності підприємств. *Економічний аналіз*. 2012. Вип. 11(2). С. 215–219.
4. Костишина О.Я. Фактори формування операційного прибутку підприємств. *Економіка будівництва і міського господарства*. 2006. № 3. Т. 2. С. 167–174.
5. Лизунова О.М., Пуханов О.О. Забезпечення ефективності діяльності підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»*. 2017. Вип. 12(1). С. 187–190.
6. Мадрига Г.М. Теоретичні підходи до аналізу факторів впливу на ефективність діяльності малих підприємств. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2012. № 739. С. 16–21.
7. Пісарюк С.М. Фактори впливу на економічну ефективність операційної діяльності торговельних мереж. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. 2014. № 3(27). С. 94–99.
8. Савіна Г.Г., Скібіна Т.І. Фактори зовнішнього та внутрішнього впливу на рівень ефективності управління підприємством комплексу комунальних послуг. *Ефективна економіка*. 2016. № 12. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5300> (дата звернення: 28.11.2019).
9. Свиридова С.С., Пожар О.О. Оцінка факторів впливу на рентабельність підприємства. *Молодий вчений*. 2014. № 11(14). С. 93–96.
10. Стащук О.В., Назарчук Т.П., Подвисоцька М.О. Факторний аналіз в управлінні операційним прибутком підприємства. *Науковий вісник Буковинського державного фінансово-економічного університету. Економічні науки*. 2014. Вип. 26. С. 94–99.

#### References:

1. Danylchenko V.O. (2012). Vplyv zovnishnikh i vnutrishnikh chynnykiv na efektyvnostj finansovo-ekonomichnoji dijalnosti pidpryjemstv ghurtovoji torghivli [Influence of external and internal factors upon efficiency of financial & economic activity of wholesale trade enterprises]. *Current problems of the economy*, no. 1(127), pp. 133–143.

2. Doycheva K.S. (2011). Faktory, jaki vplyvajutj na efektyvnistj dijajlnosti pidpryjemstva [Factors, that influence the efficiency of the enterprise]. *Bulletin Zaporizhzhia national university: Proceedings Scientific publications. Economic sciences*, no. 2(10), pp. 23–28.
3. Erfort I., Erfort Y. (2012). Efektyvnistj operacijnoji dijajlnosti pidpryjemstv [Efficiency of operating activities of enterprises]. *Economic analysis*, vol. 11 (2), pp. 215–219.
4. Kostyshina O. (2006). Faktory formuvannja operacijnogho prybutku pidpryjemstv [Factors of formation of operational profit of the enterprises]. *Economics of civil engineering and municipal economy*, no. 3, vol. 2. pp. 167–174.
5. Lizunova O.M., Pukhanov O.O. (2017). Zabezpechennja efektyvnosti dijajlnosti pidpryjemstva [Ensuring the effectiveness of the company]. *Scientific Bulletin of Uzhgorod National University. Series: International Economic Relations and the World Economy*, vol. 12(1), pp. 187–190.
6. Madryha H.M. (2012). Teoretychni pidkhody do analizu faktoriv vplyvu na efektyvnistj dijajlnosti malykh pidpryjemstv [Theoretical going is near analysis of factors of influence on efficiency of activity of small enterprises]. *Bulletin of the National University «Lviv Polytechnic»*, no. 739: Management and Entrepreneurship in Ukraine: Stages of Formation and Problems of Development, pp. 16–21.
7. Pisaryuk S.M. (2014). Faktory vplyvu na ekonomichnu efektyvnistj operacijnoji dijajlnosti torghoveljnykh merezh [Factors influencing the economic efficiency of operating networks of retailers]. *Collection of scientific works of the Taurida State Agrotechnical University (Economic Sciences)*, no. 3 (27), pp. 94–99.
8. Savina G.G., Skibina T.I. (2016). Faktory zovnishnjogho ta vnutrishnjogho vplyvu na rivenj efektyvnosti upravlinnja pidpryjemstvom kompleksu komunaljnykh poslugh [External and internal factor of influence on effectiveness of the management company that provides a range of utilities]. *Efektivna ekonomika*, no. 12. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5300> (accessed 10 November 2019).
9. Sviridova S.S., Pozhar O.A. (2014). Ocinka faktoriv vplyvu na rentabelnistj pidpryjemstva [An estimation of factors of influence is on profitability of enterprise]. *Young Scientist*, no. 11 (14), pp. 93–96.
10. Stashchuk O.V., Nazarchuk T.P., Podvisotska M.O. (2014). Faktornyj analiz v upravlinni operacijnym prybutkom pidpryjemstva [Factor analysis in operating profit management of an enterprise]. *Bulletin of the Bukovyna State Financial and Economic University. Economic sciences*, Vol. 26, pp. 94–99.

### ИССЛЕДОВАНИЕ ФАКТОРОВ ВЛИЯНИЯ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ОПЕРАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ МАШИНОСТРОЕНИЯ

**Аннотация.** Определено, что эффективность управления операционной деятельностью для предприятий машиностроения свидетельствует о результативности функционирования, рациональности использования ресурсов, расходовании средств. Однако на результативность операционной деятельности предприятий постоянно влияют факторы рыночной среды, которые могут повлиять на принятие необоснованных решений, излишнее расходование средств и потерю конкурентных преимуществ, ухудшение показателей деятельности. Проанализированы подходы ученых к выделению факторов влияния на эффективность управления операционной деятельностью предприятий. Определены факторы внешней и внутренней среды, которые влияют на операционную деятельность предприятий машиностроения. Предложены пути преодоления влияния факторов на эффективность управления операционной деятельностью, а именно: выделение средств на улучшение операционной деятельности; анализ конкурентов, исследование рынка; внедрение современного оборудования; проведение рекламной деятельности; поиск более качественного сырья; создание благоприятных условий труда; мотивация работников; модернизация производственного процесса; расширение ассортимента продукции; внедрение новых технологий и подходов к управлению. Установлено, что учет влияния факторов при осуществлении управления операционной деятельностью позволит своевременно реагировать на них, повышать результативность функционирования, прибыльность предприятий машиностроения.

**Ключевые слова:** операционная деятельность, управление операционной деятельностью, факторы влияния, внутреннее и внешнее среда, экономическая эффективность.

### INVESTIGATION OF FACTORS INFLUENCING THE EFFICIENCY OF OPERATING MANAGEMENT OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISES

**Summary.** It is determined that the efficiency of operational activity management for machine-building enterprises indicates the efficiency of operation, rational use of resources, spending of money. However, the effectiveness of the operating activities of enterprises is constantly influenced by factors of the market environment, which can lead to unreasonable decisions, excessive spending of funds and loss of competitive advantages, deterioration of performance indicators. The article analyzes the approaches of scientists to the selection of factors of influence on the efficiency of managing the operational activity of enterprises. The factors of the external and internal environment influencing the operational activity of machine-building enterprises are determined. The environmental factors include: economic (tax burden, population welfare, inflation, crediting); political (political situation, laws governing the activity of enterprises); scientific and technical (new technologies, modern equipment, software); social (purchasing advantages, education); company environment (competitors, consumers, suppliers, intermediaries); environmental (environmental pollution). Among the factors of the internal environment that affect the management of operating activities are: quality of customer service; brand and image; production capabilities of the equipment; financial support; effectiveness of marketing department; logistics; innovation in management; use of modern equipment; staff efficiency; organization of work; product range; price policy for products; production organization; information support; interaction of units. The ways of overcoming the influence of factors on the efficiency of operating activity management are suggested, namely: allocation of funds for improvement of operational activity; competitor analysis, market research; introduction of modern equipment; carrying out of advertising activity; search for better raw materials; creation of favorable working conditions; motivation of employees; modernization of the production process; expansion of product range; introduction of various discounts; introduction of new technologies and approaches to management; establishing relationships with suppliers. It is found that taking into account the influence of factors in the management of operational activities will allow timely response to them, increase the efficiency of operation, profitability of engineering enterprises.

**Key words:** operational activity, operational activity management, factors of influence, internal and external environment, economic efficiency.



**Шишкіна О. В.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування  
Чернігівського національного технологічного університету*

**Shyshkina Olena**

*PhD in Economics, Associate Professor,  
Associate Professor of Department of Finance, Banking and Insurance,  
Chernihiv National University of Technology*

## КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ВИЗНАЧЕННЯ СХИЛЬНОСТІ ДО РИЗИКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

**Анотація.** У статті досліджено концептуальні основи визначення ризик-апетиту як схильності до ризику промислових підприємств. Обґрунтовано необхідність і доцільність визначення схильності до ризику як підстави для розуміння того, які ризики і в якому розмірі промислове підприємство може прийняти. Запропоновано методичні підходи до визначення розміру ризик-апетиту промислового підприємства і визначено переваги, недоліки та сфери їх використання. Сформульовано роль визначення схильності до ризику у розробленні тактичних і стратегічних планів розвитку промислового підприємства. Доведено, що визначення ризик-апетиту промислового підприємства дасть змогу спростити процес управління ризиками, здатними спричинити втрату прибутку, та уникнути випадків, коли розмір збитку від настання ризику може призвести до втрати доходу чи капіталу.

**Ключові слова:** ризик, невизначеність, схильність до ризику промислового підприємства, ризик-апетит, процес управління ризиками, збиток, прибуток, капітал.

**Вступ та постановка проблеми.** В умовах нестаціонарної економіки України значна частина промислових підприємств стикається з проблемами неплатоспроможності контрагентів, зниженням попиту на продукцію як унаслідок падіння доходів споживачів – фізичних та юридичних осіб різних організаційно-правових форм, так і в результаті низької споживчої якості значної номенклатури продукції, матеріального зношення і морального старіння матеріальних і нематеріальних активів, а отже, зростання відсотку браку продукції, що підвищує витрати виробництва, негативно позначається на показниках конкурентоспроможності й звужує ринки збуту. У таких умовах актуалізується проблематика управління фінансовими ризиками, чий негативний вплив на функціонування і розвиток суб'єктів реального сектору економіки загалом і промислових підприємств зокрема особливо гостро проявляється в кризових умовах господарювання.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематика управління ризиками промислових підприємств знайшла відображення у наукових працях таких вітчизняних і іноземних науковців, як А. Альгін, І. Бланк, К. Берч [1; 2], І. Балабанов, П. Вітлінський, П. Грабовий, В. Гранатуров, М. Лапуста, Г. Клейнер, В. Лівшиць, Н. Хохлов та ін.

В останні десятиліття відбувалося активне вдосконалення теоретико-прикладних підходів до управління ризиками у фінансовій і нефінансовій сферах діяльності, що отримали відображення у стандартах ризик-менеджменту [3; 4] та були запропоновані різного роду професійними об'єднаннями й окремими науковцями. Узагальнення світового досвіду, спрямованого на зменшення збитків від діяльності та бездіяльності суб'єктів економіки дало можливість стандартизувати алгоритм дій, які може використати будь-яка фізична чи юридична особа у разі прояву того чи іншого ризику, що знайшло відображення у серії міжнародних стандартів 2009 р. (ISO Guide 73:2009 Risk management – Vocabulary, ISO/IEC31000:2009 Risk management – Principles and guidelines; ISO/IEC31010:2009 Risk management – Risk assessment techniques) та дало змогу

національним економікам розробити і прийняти відповідні аналоги цих стандартів [5]. В Україні були запроваджені такі аналоги міжнародних стандартів: ДСТУ ISO Guide 73:2013 «Керування ризиком. Словник термінів», ДСТУ ISO/IEC31010:2013 «Керування ризиком. Методи загального оцінювання ризику», ДСТУ ISO 31000:2018 «Менеджмент ризиків. Принципи та керівні вказівки» [6–8].

На особливу увагу заслуговує розроблена і представлена Комітетом організацій-спонсорів Національної комісії (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO)) та видана у 2004 р. публікація «Управління ризиками підприємства – інтегрована структура (Enterprise Risk Management – Integrated Framework)» [9], яка отримала широке світове визнання у сфері управління ризиками в контексті прийнятного управління підприємствами та забезпечення лідерства. Значущість і вагомість представлених рекомендацій підкріплюється складом організацій спонсорів, а саме: Американської асоціації бухгалтерів (AAA), Американського інституту дипломуваних громадських бухгалтерів (AICPA), Інституту внутрішніх аудиторів (IIA), Національної асоціації бухгалтерів (нині – Інститут управлінських бухгалтерів (ІМА)), Financial Executives International (FEI).

Проте протягом майже півтора десятиліття, що пройшло з моменту прийняття означеного документа, відбулися значні зміни як у сприйнятті ризиків топ-менеджментом середовища, організацій, установ, так і у глобальному середовищі, що спричинило появу нових типів ризиків та трансформацію вже існуючих. Ці та інші зміни спричинили необхідність оновлення означеної публікації, яка вийшла у 2017 р. у такій редакції: Enterprise Risk Management Integrating with Strategy and Performance («Управління підприємством – інтеграція зі стратегією та ефективністю продуктивності») [10]. Означена публікація присвячена еволюції управління ризиками підприємства для задоволення потреб бізнес-середовища, що розвивається. Крім інших питань, у даній роботі визначається сутність ризик-апетиту як схильності до ризику, визначається його ключова роль

у формуванні стратегії розвитку підприємства та надаються загальні рекомендації щодо його визначення. Однак у публікації не містяться детальні структуровані рекомендації, методи та методики щодо розрахунку схильності до ризику підприємств. Проте спільна праця означених організацій-спонсорів є однією з найбільш ґрунтовних, що стосується суб'єктів реального сектору економіки і стане допоміжним елементом у даному науковому дослідженні.

Вивчення й опрацювання досліджень і публікацій останніх років дають змогу автору стверджувати, що, незважаючи на зростання наукових публікацій у сфері управління фінансовими ризиками в різних галузях і сферах діяльності, низка питань, у тому числі пов'язаних із визначенням схильності суб'єктів реального сектору економіки і, передусім, промислових підприємств до ризику, залишається малодослідженою.

Визначення ризик-апетиту, тобто схильності до ризику, є невід'ємним складником розроблення тактичних і стратегічних планів розвитку промислових підприємств, що зумовлює мету даного дослідження.

**Метою** даної роботи є дослідження методичних підходів до визначення схильності до ризику, тобто ризик-апетиту, який відображає ту кількість ризиків, яку промислове підприємство може понести залежно від темпів його економічного розвитку, фінансових і операційних можливостей, очікувань доходності зацікавлених сторін (існуючих і потенційних власників та інвесторів, кредиторів тощо).

**Результати дослідження.**

Схильність до ризику відображає певні види ризику та величину втрат від їх настання, які промислове підприємство може прийняти для досягнення своїх тактичних і стратегічних цілей та планів розвитку. Формування цілей підприємства здійснюється в умовах динамічної

зміни внутрішнього і зовнішнього макро- та мезосередовища. Такі зміни здатні спричинити не тільки коливання рівня того чи іншого виду ризиків, зумовити появу нових ризиків, а й посилити негативний прояв ризиків унаслідок їх взаємозв'язку і взаємодії.

Структурований підхід власників і топ-менеджменту промислового підприємства до визначення ризик-апетиту дасть змогу всім відповідальним за прийняття фінансових рішень краще зрозуміти свої стратегічні цілі, поведінку контрагентів, зміну кон'юнктури ринку, а встановлення фінансової чутливості до ризику сприятиме розумінню рушійних сил коротко- та довгострокових цілей. У ході трансформування організаційно-управлінської та фінансової стратегії розвитку промислового підприємства необхідно переглядати схильність до ризику, що сприятиме досягненню тактичних та проміжних цілей і завдань.

Визначення схильності до ризику може базуватися на систематизації, аналізі й оцінці різного роду припущень, пропозицій, досвіди та інтуїції осіб, які здійснюють цей процес, що становить сутність суб'єктивного підходу до визначення ризик-апетиту. Об'єктивний підхід до визначення схильності до ризику промислового підприємства може засновуватися на встановленні ймовірності і частоти отримання певного результату. Поєднання цих підходів дає змогу більш ґрунтовно й повно оцінити схильність до ризику, мінімізувати тим самим недоліки застосування кожного з означених підходів (рис. 1).

Попередньо визначене значення схильності до ризику спрощує процес управління ризиками промислового підприємства, оскільки у ході ризик-менеджменту поточна величина витрат від прояву дії сумарних ризиків не повинна перевищувати розмір апетиту до ризику. Якщо ж таке перевищення спостерігається, необхідно запроваджувати



**Рис. 1.** Підходи до визначення схильності до ризику промислового підприємства

Джерело: побудовано автором за даними [1; 3; 11–14]

комплекс збалансованих заходів, спрямованих на протидію ризикам і зниження рівня ризику до попереднього визначеного рівня ризик-апетиту.

Рівень ризик-апетиту можливо визначити як у якісному виразі (коли ризик не може бути розрахований кількісно, проте може бути певним чином представлений описовим способом), так і у кількісному (абсолютному або відносному) [1; 2; 11–13]. До таких методів можливо віднести: метод, заснований на вартості заходів з управління ризиком, методи, що використовують історичні аспекти розвитку та поточний стан промислового підприємства, аналоговий та експертний методи, стрес-тестування та комбінований метод.

Сутність та особливості застосування означених методів у ході розрахунку схильності до ризику наведено на рис. 2.

Ризик-апетит промислового підприємства визначає необхідний «буфер капіталу» між його сукупним ризиком та здатністю приймати ризики. А оскільки схильність до ризику для підприємств різних організаційно-правових форм, видів фінансово-господарської діяльності та стадій життєвого циклу підприємства не є однаковою, то й «буфер капіталу» різних економічних суб'єктів не буде тотожним.

Окрім того, розмір «буферу капіталу» залежить від вартості й структури активів підприємства, джерел формування фінансових ресурсів та їх співвідношення, чутливості підприємства від отримання виручки, особливостей ціноутворення профільної та супутньої продукції промислового підприємства та інших численних чинників.

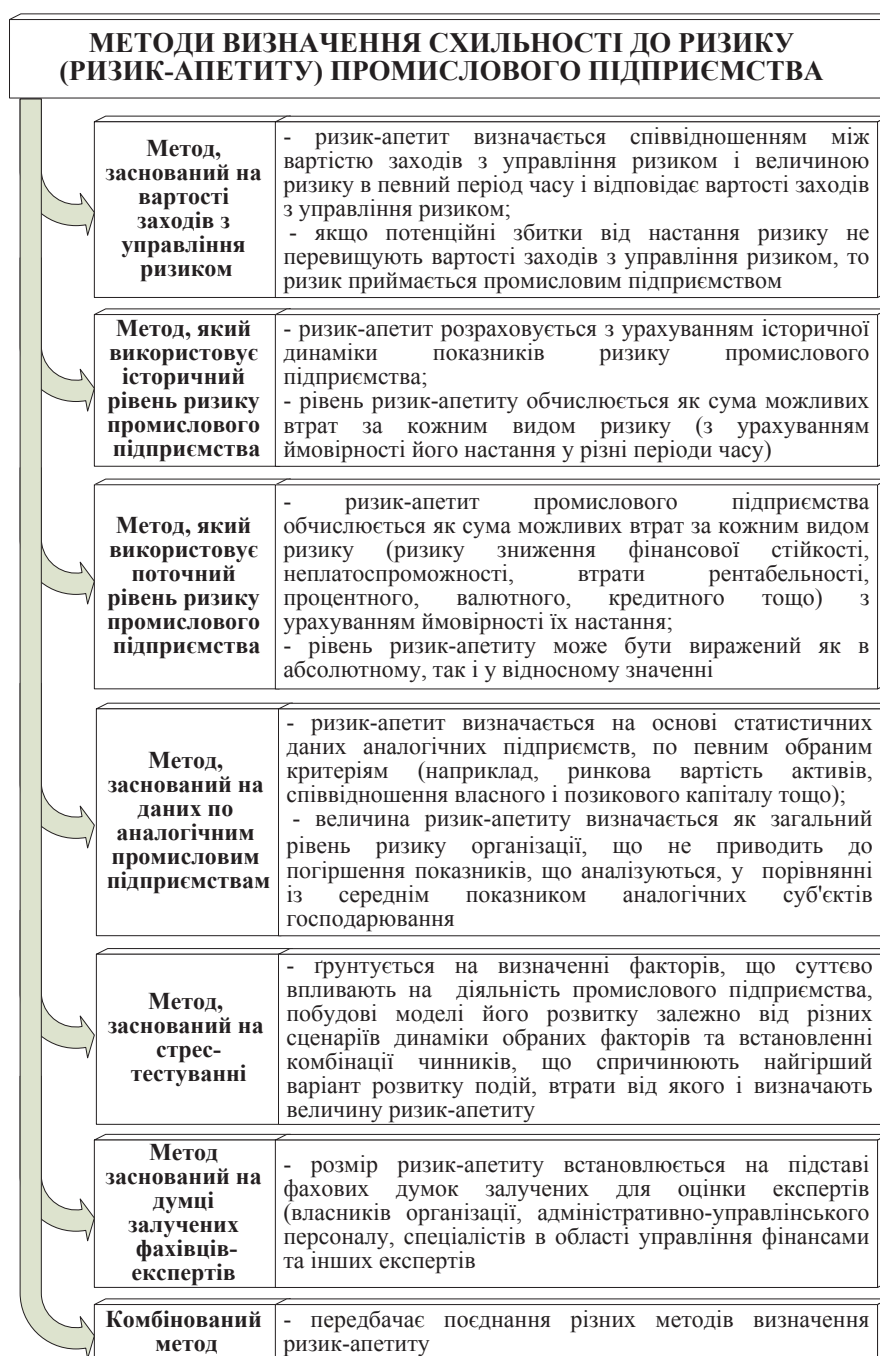


Рис. 2. Методи визначення ризик-апетиту промислового підприємства

Джерело: побудовано автором за даними [1; 3; 11–14]

З огляду на вищенаведене, для кожного підприємства, враховуючи специфічні особливості його функціонування, необхідно встановлювати межі ризику, тобто діапазони допустимих відхилень від розрахункової величини ризик-апетиту для конкретних видів ризиків. Зростання та необґрунтоване коливання розміру відхилень повинно супроводжуватися впровадженням дієвих заходів, що потребує постійного моніторингу та документування ризиків.

Документування схильності до ризику у поєднанні з визначенням буферу капіталу дає змогу досягти необхідного рівня ефективності функціонування промислового підприємства та сприяє забезпеченню виконання планів і програм розвитку.

Крім того, розуміння схильності до ризику може підвищити здатність помисливого підприємства брати на себе ризик за рахунок ефективного розподілу всіх видів наявних ресурсів, а прозорість та підзвітність, що є результатом постійного моніторингу ризиків, дадуть змогу використовувати значущі індикатори раннього попередження і реагування на загрози зовнішнього і внутрішнього середовища.

**Висновки.** Таким чином, ризик-апетит є одним із ключових інструментів ризик-менеджменту, а його моні-

торинг і своєчасне реагування на небажані відхилення сприяють узгодженню процесів прийняття рішень на всіх стадіях життєвого циклу підприємства та підвищенню загальної ефективності фінансово-господарської діяльності загалом. Розуміння схильності до ризику поліпшує здатність власників підприємства та адміністративно-управлінського персоналу пов'язувати бізнес-рішення з бізнес-стратегією.

Проведені дослідження дали змогу узагальнити існуючі підходи до визначення схильності до ризику промислових підприємств та систематизувати методи розрахунку ризик-апетиту. Зазначені методи мають свої переваги, недоліки й обмеження використання, проте кожен із них прямо чи опосередковано здатний оцінити схильність промислового підприємства до ризику, що є підставою для розуміння того, які ризики досліджуване підприємство може прийняти й сформулювати зрозумілу позицію власників та вищого топ-менеджменту щодо ризиків, що дасть змогу, з одного боку, спростити процес управління ризиками, здатними спричинити втрату прибутку, а з іншого – уникнути випадків, коли розмір збитку від настання ризику може призвести до втрати доходу чи капіталу (власного та/або позикового).

#### Список використаних джерел:

1. Берч К. Риск-апетит: «Не откусывайте больше, чем можете проглотить». 2015. URL : [https://www.cfin.ru/finanalysis/risk/Risk\\_Appetite.shtml](https://www.cfin.ru/finanalysis/risk/Risk_Appetite.shtml) (дата звернення: 21.11.2019).
2. Берч К. Концепция риск-апетита. URL : <https://www.trn.ua/articles/7478/>(дата звернення: 21.11.2019).
3. AIRMIC, ALARM, IRM: Стандарты управления рисками. URL : <http://www.ferma.eu/app/uploads/2011/11/a-risk-management-standard-russian-version.pdf> (дата звернення: 20.11.2019).
4. Risk management standards of The Institute of Risk Management. URL : <https://www.theirm.org/knowledge-and-resources/risk-management-standards/>(дата звернення: 20.11.2019).
5. Огляд міжнародних стандартів з управління ризиками. URL : <http://oppb.com.ua/news/oglyad-mizhnarodnyh-standartiv-z-upravlinnya-ryzykamy>.
6. DSTU ISO Guide 73:2013 «Керування ризиком. Словник термінів». URL : [http://normativ.info/list\\_files.php?put=excel\\_base/norms/dstuiso.csv&n=77](http://normativ.info/list_files.php?put=excel_base/norms/dstuiso.csv&n=77) (дата звернення: 23.11.2019).
7. DSTU ISO/IEC 31010:2013 «Керування ризиком. Методи загального оцінювання ризику». URL : <https://khoda.gov.ua/image/catalog/files/dstu%2031010.pdf> (дата звернення: 23.11.2019).
8. DSTU ISO 31000:2018 2014 «Менеджмент ризиків. Принципи та керівні вказівки». URL : [http://online.budstandart.com/ru/catalog/doc-page.html?id\\_doc=80322](http://online.budstandart.com/ru/catalog/doc-page.html?id_doc=80322) (дата звернення: 23.11.2019).
9. Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission. Risk assessment in practice. URL : <https://www.coso.org/Documents/COSO-ERM%20Risk%20Assessment%20in%20Practice%20Thought%20Paper%20October%202012.pdf> (дата звернення: 25.11.2019).
10. Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission. Enterprise Risk Management Integrating with Strategy and Performance. URL : <https://www.coso.org/Documents/2017-COSO-ERM-Integrating-with-Strategy-and-Performance-Executive-Summary.pdf> (дата звернення: 22.11.2019).
11. Rittenberg L., Martens F. (2012). Enterprise Risk Management – Understanding and Communicating Risk Appetite. URL : [http://www.coso.org/documents/ERM-Understanding%20%20Communicating%20Risk%20Appetite-WEB\\_FINAL\\_r9.pdf](http://www.coso.org/documents/ERM-Understanding%20%20Communicating%20Risk%20Appetite-WEB_FINAL_r9.pdf) (дата звернення: 17.11.2019).
12. Financial Stability Board. (2013). *Principles for an Effective Risk Appetite Framework*. URL : [http://www.financialstabilityboard.org/wp-content/uploads/r\\_130717.pdf?page\\_moved=1](http://www.financialstabilityboard.org/wp-content/uploads/r_130717.pdf?page_moved=1) (дата звернення: 23.11.2019).
13. Understanding Risk Appetite. URL : <https://erm.ncsu.edu/library/article/understanding-risk-appetite> (дата звернення: 25.11.2019).
14. Shyshkina O., Kalchenko O. Methodological principles of the analysis and risk assessment of the environment in the process of planning the development of real economy sector subjects. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2018. № 2(14). С. 24–31.

#### References:

1. Berch K. (2015) *Risk Appetit: «Ne otkusyvyayte bol'she, chem mozhete proglotit'»* [Risk appetite: "Do not bite off more than you can swallow"]. Available at: [https://www.cfin.ru/finanalysis/risk/Risk\\_Appetite.shtml](https://www.cfin.ru/finanalysis/risk/Risk_Appetite.shtml) (accessed 21.11.2019).
2. Berch K. *Kontseptsiya risk-appetita*. [Risk appetite concept] Available at: <https://www.trn.ua/articles/7478/>(accessed 21.11.2019).
3. *AIRMIC, ALARM, IRM: Standarty upravleniya riskami*. [Risk Management Standards]. Available at: <http://www.ferma.eu/app/uploads/2011/11/a-risk-management-standard-russian-version.pdf> (accessed 20.11.2019).
4. Risk management standards of The Institute of Risk Management. Available at: <https://www.theirm.org/knowledge-and-resources/risk-management-standards/>(accessed 20.11.2019).
5. *Oglyad mizhnarodnykh standartiv z upravlinnja ryzykamy*. [Review of International Risk Management Standards.] Available at: <http://oppb.com.ua/news/oglyad-mizhnarodnyh-standartiv-z-upravlinnya-ryzykamy>.
6. *DSTU ISO Guide 73:2013 «Keruvannya ryzikom. Slovnnyk terminiv»*. [DSTU ISO Guide 73: 2013 Risk Management. Glossary of Terms.]. Available at: [http://normativ.info/list\\_files.php?put=excel\\_base/norms/dstuiso.csv&n=77](http://normativ.info/list_files.php?put=excel_base/norms/dstuiso.csv&n=77) (accessed 23.11.2019).

7. DSTU ISO/IEC 31010:2013 *Keruvannya ryzykom. Metody zahal'noho otsynuyvannya ryzyku*. [DSTU ISO / IEC 31010: 2013 Risk management. Methods of general risk assessment]. Available at: <https://khoda.gov.ua/image/catalog/files/dstu%2031010.pdf> (дата звернення 23.11.2019).
8. DSTU ISO 31000:2018 2014 «Menedzhment ryzykiv. Prynysypy ta kerivni vkazivky». [DSTU ISO 31000: 2018 2014 "Risk Management. Principles and Guidelines"]. Available at: [http://online.budstandart.com/ru/catalog/doc-page.html?id\\_doc=80322](http://online.budstandart.com/ru/catalog/doc-page.html?id_doc=80322) (accessed 23.11.2019).
9. Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission. Risk assessment in practice. Available at: <https://www.coso.org/Documents/COSO-ERM%20Risk%20Assessment%20in%20Practice%20Thought%20Paper%20October%202012.pdf> (accessed 25.11.2019)
10. Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission. Enterprise Risk Management Integrating with Strategy and Performance. Available at: <https://www.coso.org/Documents/2017-COSO-ERM-Integrating-with-Strategy-and-Performance-Executive-Summary.pdf> (accessed 22.11.2019).
11. Rittenberg, L., Martens, F. (2012). *Enterprise Risk Management – Understanding and Communicating Risk Appetite*. Available at: [http://www.coso.org/documents/ERM-Understanding%20%20Communicating%20Risk%20Appetite-WEB\\_FINAL\\_r9.pdf](http://www.coso.org/documents/ERM-Understanding%20%20Communicating%20Risk%20Appetite-WEB_FINAL_r9.pdf) (accessed 17.11.2019).
12. Financial Stability Board. (2013). *Principles for an Effective Risk Appetite Framework*. Available at: [http://www.financialstabilityboard.org/wp-content/uploads/r\\_130717.pdf?page\\_moved=1](http://www.financialstabilityboard.org/wp-content/uploads/r_130717.pdf?page_moved=1) (accessed 23.11.2019).
13. Understanding Risk Appetite. Available at: <https://erm.ncsu.edu/library/article/understanding-risk-appetite> (accessed 25.11.2019)
14. Shyshkina O., Kalchenko O. (2018). Methodological principles of the analysis and risk assessment of the environment in the process of planning the development of real economy sector subjects. *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnya*. no. 2 (14). pp. 24–31.

### КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ СКЛОННОСТИ К РИСКУ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

**Аннотация.** В статье исследованы концептуальные основы определения риск-аппетита как склонности к риску промышленных предприятий. Обоснованы необходимость и целесообразность определения склонности к риску как основания для понимания того, какие риски и в каком размере промышленное предприятие может принять. Предложены методические подходы к определению размера риск-аппетита промышленного предприятия и указаны преимущества, недостатки и сферы их использования. Сформулирована роль определения склонности к риску в разработке тактических и стратегических планов развития промышленного предприятия. Доказано, что определение риск-аппетита промышленного предприятия позволит упростить процесс управления рисками, способными привести к потере прибыли и избежать случаев, когда размер ущерба от наступления риска может привести к потере дохода или капитала.

**Ключевые слова:** риск, неопределенность, склонность к риску промышленного предприятия, риск-аппетит, процесс управления рисками, убыток, прибыль, капитал.

### CONCEPTUAL FRAMEWORK FOR DETERMINING THE RISK PROPENSITY OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

**Summary.** In the conditions of the non-stationary economy of Ukraine, the negative impact of financial risks on the functioning and development of the entities of the real sector of the economy, including industrial enterprises, increases. Identification of the risk propensity of industrial enterprises allows them to develop and apply measures in a timely manner to minimize the negative impact of risks on socio-economic development processes and to adjust strategic and tactical plans. The purpose of the article is to study methodological approaches to determining the risk propensity, that is, risk appetite, which reflects the number of risks that an industrial enterprise may bear depending on the pace of its economic development, financial and operational capabilities, expected profitability of stakeholders (existing and potential owners, investors, and creditors, etc.). In the course of the study, it has been applied a set of the following methods: systematic analysis – in systematizing approaches to understanding the essence of risk propensity of the enterprises, in the study of methods of determining risk appetite; and logical generalization and comparison - in formulating conclusions and proposals. The article investigates the conceptual framework of risk appetite determination as a risk propensity of industrial enterprises. It has been substantiated the necessity and expediency of determining the risk propensity as a basis for understanding what kinds and level of risks an industrial enterprise can take. The subjective, objective and objective-subjective approaches to determining the risk propensity of an industrial enterprise have been considered, the characteristics and features of their application have been outlined. It has been suggested the methods for determining the level of risk appetite of an industrial enterprise (a method based on the cost of risk management measures; a method that uses the historical level of enterprise development; a method that uses the current level of enterprise development; a method based on data on similar enterprises; a method based on stress-testing; an expert opinion-based method; a combined method) and the advantages, disadvantages and areas of their application. The role of determining the risk propensity in the development of industrial enterprise tactics and strategy has been formulated. It has been systemized the methods and proposed the methodological approaches for determining the risk propensity of industrial enterprises, the practical application of which will minimize the negative impact of risks in the conditions of the non-stationary economy of Ukraine. During the study it has been proved the following: - risk propensity is one of the key tools in the process of minimizing the negative impact of risks on the processes of operation and development of an industrial enterprise; - risk appetite varies for different organizational and legal forms of industrial enterprises, types of financial and economic activity, stage of the life cycle of an enterprise, and type of risk; - determining the risk appetite of an industrial enterprise will simplify the risk management process that can lead to loss of profit and to avoid cases when the risk occurrence can lead to loss of income or capital.

**Key words:** risk, uncertainty, risk appetite of industrial enterprise, risk appetite, risk management process, loss, profit, capital.

**Шюкюров Неман Алиширин оглу**

*диссертант*

*Академии государственного управления  
при Президенте Азербайджанской Республики*

**Shukurov Neman Alishirin**

*PhD Student*

*of the Academy of Public Administration under  
the President of the Republic of Azerbaijan*

## **ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ МЕХАНИЗМЫ РАЗВИТИЯ КОММУНИКАЦИИ В АДМИНИСТРАТИВНО-ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ РАЙОНАХ СТРАНЫ**

**Аннотация.** При условиях рыночных отношений для повышения эффективности общественного производства и решения социальных проблем роль сферы коммуникаций как транспортной системы, осуществляющей передачу информации, значительно возрастает. Почтовые услуги и средства связи являются неотъемлемой частью управления общественными и производственными процессами. Они позволяют сэкономить на расходах, расширяя возможности общения, образования и информирования. Этот эффект затрагивает все сферы производства, общественной и личной жизни, поэтому очень важно управлять развитием коммуникационных услуг и, следовательно, повышать конкурентоспособность и качество таких услуг. Развитие рыночной экономики в Азербайджане, географические условия страны и размещение производительных сил по территории отличаются определенными особенностями.

**Ключевые слова:** коммуникация, управление, организационные механизмы, территориально-административная структура, почтовые отделения, внутренний аудит.

**Вступление и постановка проблемы.** Организация управления развитием сферы коммуникационных услуг является единым интегрированным процессом. Этот процесс направлен на создание условий, необходимых для достижения предприятиями, действующими в этой сфере, своих целей развития, увеличения эффективности своей деятельности и укрепления своих позиций на рынке. Решение проблем организации управления развитием сферы коммуникационных услуг и его первичных структур требует комплексного, системного подхода. Это обусловлено тем, что связь является самой динамичной отраслью современной экономики. В последние годы темпы роста местных почтовых и курьерских служб стали выше, чем во многих зарубежных странах. Согласно данным ООО «АЗЕРПОЧТ», объем рынка электронной коммерции, реализуемой за счет почтовых перевозок, увеличится к 2019 г. на 40%. В настоящее время в регионах страны в сфере коммуникации действуют филиалы ООО «АЗЕРПОЧТ», которые предоставляют основные услуги, а также другие частные операторы, конкурирующие между собой за привлечение индивидуальных, групповых и корпоративных потребителей. С этой точки зрения обострившаяся конкуренция выявила множество новых явлений, процессов и условий, связанных с обслуживанием клиентов. В то же время вопросы касательно качества услуг, оказываемых пользователям разных категорий, и проблемы эффективной организации деятельности предприятий в сфере коммуникаций в современных экономических условиях все еще недостаточно изучены.

**Результаты исследования.**

**Механизмы и методы управления и регулирования в сфере коммуникации**

Существуют разные подходы и классификации, связанные с определением административно-территориальных зон страны. На основе обобщения этих подходов и идей в классификации можно прийти к выводу, что в мировой практике системы классификации систем

управления в рамках определенных территориальных границ можно классифицировать следующим образом:

1. Экономическое зонирование осуществляется на основе принципа территориального разделения труда (по крупным экономическим районам, административным районам, территориально-производственным комплексам, промышленным узлам).

2. На основе структуры национально-государственных структур (республика, область, край, крупные города и т.д.).

3. Административно-территориальное деление субъектов территории республики (район, город, поселок, село).

4. По районам, в которых реализуются крупные региональные комплексные программы (развитие ресурсно-сырьевых, экологических, депрессивных районов) [3].

В таком контексте следует отметить, что в Азербайджане, согласно территориально-административной структуре, действуют 66 районов, 12 городов республиканского подчинения, 14 городских районов, 257 поселков, 1 719 сельских территориальных округов и 4 260 сел. Следует отметить, что 11 административных районов Азербайджанской Республики были полностью и частично оккупированы армянами. Всего в республике действуют 2 698 муниципалитетов. Местные, районные, сельские муниципальные и исполнительные структуры занимаются управлением местных и административно-экономических районов на территории республики. Организация, управление и организационные механизмы функционирования предприятий в сфере коммуникации в территориальных административных регионах республики регулируются посредством своеобразной организационной структуры и механизмов, обусловленных спецификой области. Как и в других сферах, в сфере коммуникаций была создана структура управления в соответствии с территориально-административным делением страны. Следует отметить, что в организации управления и регулирования сферы коммуникаций произошли значительные изменения. Прежде всего, все это связано с формированием подсектора почтовой связи в качестве своеобразной

сферы, с формированием специальных сфер связи и подсетей коммуникационных услуг.

**Предприятия в сфере коммуникаций** являются субъектами предпринимательской деятельности, имеющими административную и экономическую автономность, действующими в соответствии с законодательными нормами и лицензиями, выданными министерством.

Автономность предприятий в сфере коммуникаций закреплена в их утвержденном уставе и регистрации в соответствующих местных органах власти, эти предприятия имеют свои собственные сформированные и усовершенствованные системы учета и отчетности, банковские счета и статус юридического лица, что дает им право распоряжаться имуществом в пределах своих полномочий. При классификации субъектов предпринимательской деятельности, прежде всего, необходимо определить цели, для которых она служит, и какие критерии составляют ее основу. Следует отметить, что целью классификации является совершенствование механизмов и методов управления и регулирования. Своеобразие сферы коммуникаций дает возможность широкого выбора при отборе критериев классификации. **По форме собственности** предприятия в сфере коммуникаций можно разделить на государственные, специальные и смешанные типы. Говоря о смешанном типе, речь идет об участии государства в уставном капитале коммуникационного предприятия. **По своей организационно-правовой форме** предприятия связи подразделяются на государственные унитарные (казначейские) предприятия (почтовые службы), на хозяйственные общества и объединения и на акционерные общества. **По признаку принадлежности** определяется подчиненность предприятия министерствам и ведомствам. Кроме того, классификация ведется на основе **характеристик сектора** (на основе типов предоставляемых услуг), почтового сектора и сектора электросвязи, **структуры предоставляемых услуг** (одновременно может быть предоставлено несколько коммуникационных услуг), **специализированных услуг связи, монопольного уровня** (естественная монополия и временная монополия), **процессов производства и реализации коммуникационных услуг, зон обслуживания** (международные операторы, национальные операторы, республиканские, региональные, местные). Помимо вышесказанного, в сферу связи входят предприятия коммуникационной промышленности, строительные, научно-исследовательские, проектно-конструкторские институты, учебные заведения и другие коммуникационные системы. Как видно, такая разнообразность коммуникационной индустрии также оказывает влияние на структуры управления.

#### **Аспекты управления системой коммуникации в Азербайджане**

Следует отметить, что организация и управление коммуникациями в территориальных административных районах Азербайджанской Республики осуществляется через организации, входящие в структуру и находящиеся в подчинении Министерства транспорта, связи и высоких технологий [1].

К ним относятся:

#### **Подразделения, входящие в структуру министерства**

- Отдел регулирования коммуникационной сферы.
- Отдел телекоммуникации и почты.

#### **Организации в подчинении структуры [2]**

1. *Общество с ограниченной ответственностью «Азерпочт»* – ООО «Азерпочт», являясь единственным национальным почтовым оператором Азербайджанской Республики, оказывает услуги гражданам каждый день на регулярной основе, включая выходные и праздничные

дни, посредством Информационного центра 169 отвечает на вопросы 24 часа, принимает и оценивает предложения.

2. *Общество с ограниченной ответственностью «Азтелеком»* (ООО «Азтелеком») предоставляет население услуги фиксированной телефонной связи во всех регионах страны (кроме Баку и Нахчыванской АР).

3. *Общество с ограниченной ответственностью «АзИнТелеком»*.

4. *Общество с ограниченной ответственностью «Бакинская телефонная связь»* (ПОбТС) – начало свою деятельность в 1997 г. 10 мая 2001 г. при Производственном объединении «Бакинская телефонная связь» была создана первая государственная Интернет-сеть «Бакинтернет». Затем 19 мая 2017 г. Производственное объединение «Бакинская телефонная связь» было реорганизовано и начало действовать как ООО «Бакинская телефонная связь». Сеть ООО «БТС» оснащена современными технологическими АТС типа NGN. ООО «БТС» предоставляет государственным, правительственным и административным органам, управлениям, предприятиям и организациям, иностранным и юридическим лицам, их представителям и населению все виды высококачественных телефонных, видео, Интернет, DATA, NGN услуг, IP-TV, высококачественные мультимедиа, CDMA и радиоакустические услуги по всей территории города.

5. *База отдыха «Работечи»*.

6. *Общество с ограниченной ответственностью «Аз-Евро Тел»*.

Телекоммуникационная компания «Аз-Евро Тел» была основана в 1996 г. В настоящее время в качестве оператора связи она предоставляет широкий спектр телекоммуникационных услуг как корпоративным, так и индивидуальным пользователям: телефонные и Интернет-услуги; передача данных; IP-TV; технология GPON. ООО «Аз-Евро Тел» организывает коммуникационные услуги на собственной утвержденной базе, охватывающей Апшеронский полуостров и территорию города Баку.

7. *Бакинская автоматическая телефонная станция*.

19 июля 2017 г. Производственное объединение «Бакинская телефонная связь» (ПОбТС) была реорганизована и объявила о переименовании в ООО «Бакинская телефонная связь».

8. *Управление ремонта и строительства средств связи*.

Как видно, в Азербайджанской Республике основу управления и регулирования коммуникаций в территориальных административных единицах страны составляет иерархическая структура (пирамида). В такой системе одна структура управления подчиняется другим структурам управления. А это означает, что один цикл управления действует одновременно и в качестве объекта и в качестве субъекта управления. Возникает интересный вопрос: какие организационные механизмы можно использовать в современное время для развития сферы коммуникаций в административно-территориальных единицах республики? Прежде чем ответить на вопрос, было бы целесообразно провести подробную оценку организационных механизмов.

Мы считаем, что службы внутреннего аудита в структуре предприятий почтовой связи Министерства транспорта, связи и высоких технологий Азербайджанской Республики должны быть выделены в отдельный департамент. Это объясняется тем, что все больше и больше растут современные логистические потоки в Азербайджане, поэтому необходимо создать службу аудита для эффективного управления их финансовыми и организационными аспектами. Это может, в первую очередь, значительно увеличить ассортимент почтовых услуг и надежность доставки. В связи с этим мы представляем

организационную структуру отдела внутреннего аудита почтового отделения, разработанную нами (рис. 1).

В целом организационные механизмы (структурные, организационно-административные, информационные) в управлении отличаются комплексными характеристиками воздействия, которые также несут в себе характеристики как экономических, так и мотивационных механизмов. На уровне предприятия, на низшем уровне управления, выделяются следующие структурные механизмы развития для организации и управления производством: *механизм гибкой структуры системы целей* (особый выбор приоритетов), *механизм усиления организационного потенциала предприятий и организаций* (рационализация структуры предприятий и организаций) (рис. 2).

На региональном и межрегиональном уровнях вышеуказанный состав также включает усовершенствование структуры экономики.

На наш взгляд, в качестве основного и важного элемента организационного механизма выступают гибкая структура системы целей развития сферы услуг (инвестиционные программы, бизнес-планы) и механизмы потенциала деятельности почтового учреждения. Для этих механизмов присуща природа административного воздействия, поскольку они носят обязательный характер. Комплексность их воздействия и взаимодополняемость могут быть обеспечены путем включения стандартизации и сертификации в целевые программы. Следует отметить, что стандартизация и сертификация на уровне



Рис. 1. Структура службы внутреннего аудита почтового отделения

Источник: составлено автором



Рис. 2. Организационные механизмы управления экономикой предприятий в сфере коммуникаций

Источник: составлено автором



государственного управления являются не только обязательными, но в некоторых случаях могут быть консультативными нормами, что дает субъектам хозяйствования право на свободный выбор. В условиях отношений рыночной экономики роль информационных механизмов растет, поскольку здесь речь идет о механизмах государственного регулирования производства. Стоит отметить, что важность государственного регулирования в управлении, организации функционирования организационных механизмов, и в частности в сфере коммуникаций, давно признана [5]. В современной экономике, включая сферу коммуникаций, требуется создать специальные информационные механизмы, и эти механизмы играют важную роль в управлении развитием сферы коммуникаций. К ним относятся:

- 1) организация информации, связанной с оперативными и фундаментальными научно-техническими достижениями в области коммуникаций в стране и за рубежом;
- 2) организация механизма распространения технических и организационных новшеств путем создания связи между производителем и потребителем в различных формах;

3) организация функционирования механизма маркетинговой информации о состоянии рынка;

4) организация механизмов взаимодействия коммуникационных предприятий и конкурентов в связи с новыми видами продукции и технологий на рынке [4].

**Выводы.** Было бы целесообразно рассмотреть еще один аспект вопроса, связанного с организационными механизмами развития сферы коммуникаций в территориально-административных единицах. В результате демонополизации и либерализации в сфере связи в республике начал действовать ряд операторов. Эта ситуация создала конкурентную среду в сфере коммуникации. Соответственно, как и в других постсоветских странах, в Республике Азербайджан для достижения конкурентоспособности вышеназванных предприятий в сфере коммуникаций необходимо решить ряд вопросов:

- снижение тарифов в ближайшем будущем;
- увеличение капитальных вложений в применение новых технологий для быстрого и качественного предоставления новых услуг связи. Современные экономические проблемы требуют использования новых систем управления для обеспечения эффективности системы связи.

#### Список использованных источников:

1. Аппарат Министерства транспорта, связи и высоких технологий Азербайджанской Республики (департаменты и сектора). Баку. 12 января 2018 г. № 1785. URL : <http://president.az/articles/26741/print> (дата обращения: 11.07.2019).
2. Информационно-вычислительный центр Министерства транспорта, связи и высоких технологий Азербайджанской Республики. Баку. 12 июля 2018 г. № 292. URL : <http://www.rabita.az/en/c-media/xeberler/details/961> (дата обращения: 15.07.2019).
3. Маршалова А.С., Новоселов А.С. Основы теории регионального воспроизводства. Москва : Экономика, 1998. 192 с.
4. Круглова Н. Организационный механизм управления. *Центр креативной технологии*. URL : <https://www.inventech.ru/lib/right/right-0010/> (дата обращения: 10.08.2019).
5. Улезлова Л.В. Регулирование отрасли связи и телекоммуникаций: состояние и перспективы развития. *Проблемы науки*. 2017. № 5(87). URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/regulirovanie-otrasli-svyazi-i-telekommunikatsiy-sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya> (дата обращения: 12.08.2019).

#### References:

1. Apparat Ministerstva Transporta, Svyazi i Vysokih Tekhnologij Azerbajdzhanskoj Respubliki (departamenty i sektora). URL: <http://president.az/articles/26741/print> (accessed: 11.07.2019).
2. Informacionno-Vychislitel'nyj Centr Ministerstva Transporta, Svyazi i Vysokih Tekhnologij Azerbajdzhanskoj Respubliki. URL: <http://www.rabita.az/en/c-media/xeberler/details/961> (accessed: 15.07.2019).
3. Marshalova A.S., Novoselov A.S. (1998) Osnovy teorii regional'nogo vosproizvodstva. Moskva. NGAeIU. Izd-vo «Ekonomika». 192 s. (in Russian).
4. Kruglova N. Organizacionnyj mekhanizm upravleniya, Centr Kreativnoj Tekhnologii. URL: <https://www.inventech.ru/lib/right/right-0010/> (accessed: 10.08.2019).
5. Ulezlova L.V. Regulirovanie otrasli svyazi i telekommunikacij: sostoyanie i perspektivy razvitiya. Problemy Nauki. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/regulirovanie-otrasli-svyazi-i-telekommunikatsiy-sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya> (accessed: 12.08.2019).

### ОРГАНІЗАЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ РОЗВИТКУ КОМУНІКАЦІЙ В АДМІНІСТРАТИВНО-ТЕРИТОРІАЛЬНИХ РАЙОНАХ КРАЇНИ

**Анотація.** За умов ринкових відносин для підвищення ефективності суспільного виробництва і вирішення соціальних проблем роль сфери комунікацій як транспортної системи, що здійснює передачу інформації, значно зростає. Поштові послуги і засоби зв'язку є невід'ємною частиною управління громадськими та виробничими процесами. Вони дають змогу заощадити на витратах, розширюючи можливості спілкування, освіти та інформування. Цей ефект зачіпає всі сфери виробництва, громадського та особистого життя, тому дуже важливо управляти розвитком комунікаційних послуг і, отже, підвищувати конкурентоспроможність та якість таких послуг. Розвиток ринкової економіки в Азербайджані, географічні умови країни і розміщення продуктивних сил по території відрізняються певними особливостями.

**Ключові слова:** комунікація, управління, організаційні механізми, територіально-адміністративна структура, поштові відділення, внутрішній аудит.

### ORGANIZATIONAL MECHANISMS FOR THE DEVELOPMENT OF COMMUNICATION IN THE ADMINISTRATIVE-TERRITORIAL REGIONS OF THE COUNTRY

**Summary.** Under the conditions of market relations, the role of the sphere of communications as a transport system transmitting information is growing significantly in order to increase the efficiency of social production and solve social problems. Postal services and communications are an integral part of managing public and production processes. They allow you to save on costs, expanding the possibilities of communication, education and information. This effect affects all areas of production, social and personal life. Therefore, it is very important to manage the development of communication services and, therefore, increase the competitiveness and quality of such services. The development of a market economy in Azerbaijan, the geographical conditions

of the country and the distribution of productive forces across the territory are distinguished by certain features. New approaches are needed to develop the theoretical foundations and methodologies for assessing the effectiveness of enterprises in the field of communications, as well as to develop mechanisms for their development. Communications enterprises are business entities with administrative and economic autonomy, acting in accordance with legislative norms and licenses issued by the ministry. The autonomy of enterprises in the field of communications is enshrined in their approved charter and registration with the relevant local authorities, these enterprises have their own formed and improved accounting and reporting systems, bank accounts and legal entity status, which gives them the right to dispose of property within their powers. When classifying business entities, first of all, it is necessary to determine the goals for which it serves, and what criteria form its basis. It should be noted that the purpose of the classification is to improve the mechanisms and methods of management and regulation. The originality of the sphere of communications enables a wide choice in the selection of classification criteria. In the opinion of the author, the main and important element of the organizational mechanism is the flexible structure of the system of development goals for the service sector and the potential mechanisms of the post office. The nature of administrative influence is inherent in these mechanisms since they are mandatory.

**Key words:** communication, management, organizational mechanisms, territorial-administrative structure, post offices, internal audit.

УДК 658.141

DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-28-62>

**Юдіна С. В.**

*доктор економічних наук, професор,  
завідувач кафедри фінансів та обліку*

*Дніпровського державного технічного університету*

**Летучий В. В.**

*магістр*

*Дніпровського державного технічного університету*

**Стіпанов А. О.**

*магістр*

*Дніпровського державного технічного університету*

**Yudina Svetlana**

*Doctor of Economics, Professor,*

*Head of Finance and Accounting*

*Dniprovsk State Technical University*

**Letuchyj Vladislav**

*Magister*

*Dniprovsk State Technical University*

**Stepanov Andrey**

*Magister*

*Dniprovsk State Technical University*

## ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУ ТА ОЦІНКИ ПОЗИКОВИХ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

**Анотація.** У статті розглянуто зобов'язання як джерела формування фінансових ресурсів для фінансування операційної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємств. Запропоновано табличний метод для аналізу та оцінки позикових фінансових ресурсів підприємств в Україні. Наведено порівняння рівня рентабельності підприємств та загальних зобов'язань. Зроблено висновок, що в Україні простежується тенденція як до збільшення кредиторської заборгованості в абсолютному вимірі, так і порівняно з балансом. Визначено, що оперативне управління кредиторською заборгованістю полягає у постійній роботі, спрямованій на аналіз та оцінювання стану зобов'язань, розрахунків із кредиторами, контроль своєчасності сплати сум кредиторської заборгованості. Запропоновано потенційні можливості залучення позикових коштів: коштів інвесторів (розширення статутного фонду, спільний бізнес); банківського чи фінансового кредиту (у тому числі випуск облігацій); товарного кредиту (відстрочка оплати постачальникам).

**Ключові слова:** зобов'язання підприємства, забезпечення, поточні зобов'язання, власні кошти підприємства, фінансові ресурси підприємства, управління фінансовими ресурсами, аналіз, оцінка.

**Вступ та постановка проблеми.** Зобов'язання розглядаються як джерела формування фінансових ресурсів для фінансування операційної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємств. Ринкові умови господарювання вимагають від підприємств оптимізації їхніх зобов'язань,

бо наявність зобов'язань (боргів) впливає на фінансові результати діяльності підприємства і його капітал.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Сучасні теоретичні та методичні аспекти досліджування зобов'язань підприємства певною мірою висвітлювалися

в працях вітчизняних науковців та вчених країн СНД: І.О. Бланка, А.З. Бобильова, І.М. Вахович, З.В. Герасимчук, А.М. Карбовник, Г.М. Колпакової, К.М. Лебедева та ін. Питання управління зобов'язаннями підприємства були предметом дослідження і зарубіжних науковців та практиків: М. Гольцберга, К. Калніна, Х. Рамперсада, Л. Хасан-Бека. Ці дослідження є ваговим внеском як у теорію, так і в практику цього питання.

Водночас у спеціальній економічній літературі цій проблемі відведено незначне місце, викладено лише загальні концептуальні положення управління зобов'язаннями підприємства. Вважаємо, що оцінка реального стану кредиторської заборгованості – одне з найважливіших питань управління джерелами капіталу. Ця оцінка повинна проводитися окремо по групах кредиторської заборгованості з різними термінами виникнення тощо.

Розв'язання даних питань потребує активізації та поглиблення досліджень у цій сфері.

**Метою** даної роботи є подальший розвиток підходів до аналізу та оцінки запозичених фінансових ресурсів підприємства з метою вдосконалення управлінням зобов'язаннями і забезпеченням.

#### **Результати дослідження.**

Зобов'язання – це заборгованість підприємства, що виникла внаслідок минулих подій і погашення якої в майбутньому, як очікується, призведе до зменшення ресурсів підприємства, що втілюють у собі економічні вигоди.

Зобов'язання підприємства можуть бути монетарними і немонетарними. Монетарні зобов'язання відображають суму грошових коштів, що підлягають сплаті кредиторам, а немонетарні – зобов'язання поставити товари (надати послуги) визначеної кількості та якості. Зобов'язання підприємства поділяються на чотири види, а саме: довгострокові, поточні, забезпечення, непередбачені зобов'язання.

До довгострокового зобов'язання можна віднести те, на яке нараховуються відсотки та яке підлягає погашенню протягом дванадцяти місяців від дати складання балансу. До довгострокових зобов'язань підприємства, як правило, відносять: довгострокові кредити банків; довгострокові заборгованості підприємства щодо зобов'язання із залучення позикових коштів (окрім кредитів банків), на які нараховуються відсотки (довгострокові векселі видані, зобов'язання за облігаціями); відстрочені податкові зобов'язання (нараховані податки, що підлягають сплаті в майбутніх періодах); інші довгострокові зобов'язання (довгострокові зобов'язання з фінансової оренди, реструктуризована податкова заборгованість, фінансова допомога на зворотній основі тощо).

До поточних зобов'язань можна віднести зобов'язання, які будуть погашені протягом операційного циклу підприємства або повинні бути погашені протягом дванадцяти місяців починаючи з дати балансу [1].

Окремі різновидності поточних зобов'язань можна охарактеризувати так: короткострокові кредити банків; поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями (довгострокові зобов'язання, які переведені зі складу довгострокових і підлягають погашенню протягом дванадцяти місяців; векселі видані (заборгованість, на яку підприємство видало векселі на забезпечення поставок (робіт, послуг) постачальників, підрядчиків та інших кредиторів); кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги; поточні зобов'язання за одержаними авансами; поточні зобов'язання з розрахунків із бюджетом (заборгованість підприємства за всіма видами платежів до бюджету, включаючи податки з працівників підприємства); поточні зобов'язання з позабюджетних платежів – заборгованість за внесками до позабюджетних

фондів, передбачених чинним законодавством; поточні зобов'язання зі страхування (сума заборгованості за відрахуваннями до пенсійного фонду, на соціальне страхування, страхування майна підприємства та індивідуальне страхування працівників); поточні зобов'язання за розрахунками з учасниками (заборгованість підприємства його учасникам (засновникам)), пов'язана з розподілом прибутку (дивіденди тощо) і формуванням статутного капіталу; поточні зобов'язання із внутрішніх розрахунків (заборгованість підприємства пов'язаним сторонам та кредиторська заборгованість із внутрішньовідомчих розрахунків); доходи майбутніх періодів (авансові орендні платежі, передплата на газети, журнали, періодичні та довідкові видання, виручка за вантажні перевезення, виручка від продажу квитків транспортних і театральновидовищних підприємств, абонентна плата за користування засобами зв'язку тощо); інші поточні зобов'язання (зобов'язання, що пов'язані з активами, які виникають у ході нормального операційного циклу) [2].

Забезпечення створюються для відшкодування наступних (майбутніх) операційних витрат на: виплату відпусток працівникам, додаткове пенсійне забезпечення працівників підприємства, виконання гарантійних зобов'язань, реструктуризацію, виконання зобов'язань щодо обтяжливих контрактів тощо. Суми створених забезпечень визнаються витратами.

До непередбачених зобов'язань можна віднести: зобов'язання, що може виникнути внаслідок минулих подій та існування якого буде підтверджено лише тоді, коли відбудеться одна чи більше невизначених майбутніх подій, над якими підприємство не має повного контролю; теперішні зобов'язання, що виникає внаслідок минулих подій, але не визнається, оскільки малоімовірно, що для врегулювання зобов'язання потрібно буде використати ресурси, які втілюють у собі економічні вигоди, або оскільки суму зобов'язання не можна достовірно визначити.

Непередбачені зобов'язання є частиною зобов'язань підприємства та відображаються на позабалансових рахунках за обліковою оцінкою.

Необхідно враховувати подібність непередбачених зобов'язань та забезпечень, оскільки їх принципова різниця полягає саме в достовірності оцінки суми заборгованості, а це досить суттєво може вплинути на фінансові результати діяльності підприємства. Оскільки суми створених забезпечень визнаються витратами звітного періоду, вони є об'єктом податкового обліку та потребують адекватного відображення у фінансовій звітності [2].

Зрозуміло, що діяльність підприємства в системі ринкової економіки неможлива без періодичного використання різноманітних форм залучення кредитів. Класифікацію зобов'язань подано на рис. 1 [3].

У табл. 1 наведено зведені показники балансу великих та середніх підприємств за 2013–2019 рр.

Аналізуючи дані, наведені в табл. 1, можемо зазначити, що власний капітал великих та середніх підприємств в Україні за вказаний період знаходився в межах від 35,8% (на початок 2013 р.) до 24,7% (на кінець 2017 р.), середнє значення цього показника за останні сім років становило 30%.

Довгострокові зобов'язання та забезпечення за період 2013–2014 рр. знаходилися в межах від 22,7% (на кінець 2014 р.) та 15,2% (на кінець червня 2019 р.). Узагалі рівень довгострокових зобов'язань у 2019 р. найнижчий за останні сім років. Така ситуація може бути пов'язана зі скороченням інвестиційних проєктів підприємств, бо саме вони потребують довгострокових вкладень, у тому числі й кредитних.

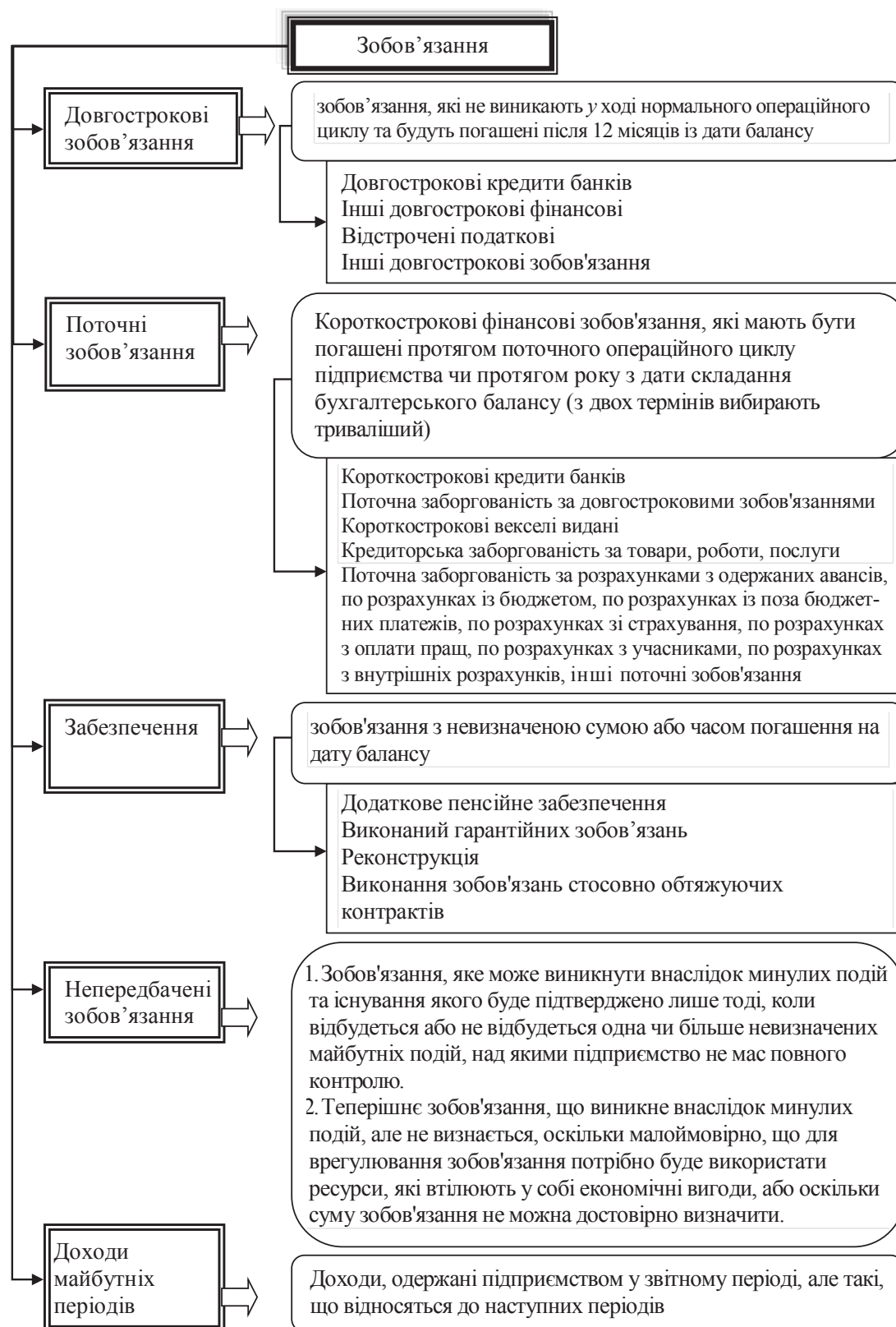


Рис. 1. Класифікація зобов'язань підприємства

Найбільша питома вага у структурі пасиву належить поточним зобов'язанням та забезпеченню. Відповідно питома їх вага становила від 57,9% (на кінець 2017 р.) до 45,7% (на початок 2013 р.).

Аналізуючи дані табл. 1, можемо сказати, що заборгованість підприємств України на червень 2019 р. ста-

новила 4543 288,9 млн. грн, порівняно з 2013 р. зросла на 783 168,6 млн. грн, або на 17%. Найбільший рівень зобов'язань був у 2016 р. (75,5%) та 2018 і 2014 рр. (75,3%).

Найбільшу частку у загальній сумі кредиторської заборгованості підприємств України має поточна

## Зведені показники балансу великих та середніх підприємств за 2013–2019 рр.

Роки	Актив (млн грн)							
	Необоротні активи		Оборотні активи		Необоротні активи та групи вибуття			
	на начало	на кінець	на начало	на кінець	на начало	на кінець		
2019 на 30 червня	3211197,9	3292037,7	3349055,1	3393094,6	4072,0	3949,3		
2018 на 30 червня	3215474,8	3252687,0	3311171,0	3360889,6	3406,1	3938,9		
2017	4138337,1	4303282,8	4732549,4	5650817,4	6193,3	7678,9		
2016	3962353,1	4212813,1	3935146,5	5772816,5	5296,7	6161,6		
2015	3027708,0	3960148,9	3028941,8	4108602,7	3670,0	5031,8		
2014	2422073,5	2717620,4	2670152,5	3271954,0	3022,4	4691,2		
2013	2467526,3	2639813,2	2886103,9	3069041,5	2832,7	3420,1		
Роки	Пасив (млн грн)							
	Власний капітал		Довгострокові зобов'язання і забезпечення		Поточні зобов'язання і забезпечення		Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами та чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	
	на начало	на кінець	на начало	на кінець	на начало	на кінець	на начало	на кінець
2019 на 30 червня	2049875,6	2145848,6	1038580,3	1017799,4	3475863,6	3525429,5	5,5	4,1
% у структурі пасиву	31,2	32,1	15,8	15,2	53,0	52,7	0,0001	0,0001
2018 на 30 червня	1907556,7	2025553,9	1150570,8	1080303,0	3471787,7	3511533,0	136,7	125,6
% у структурі пасиву	29,2	30,6	17,6	16,3	53,2	53,1	0,002	0,002
2017	2388167,6	2458527,6	1664814,5	1730977,4	4821692,4	5769539,0	2405,3	2735,1
% у структурі пасиву	26,9	24,7	18,8	17,4	54,3	57,9	0,03	0,03
2016	2345323,3	2445803,7	1639905,6	1696870,6	3915351,3	5846688,7	2216,1	2428,2
% у структурі пасиву	29,7	24,5	20,8	17,0	49,5	58,5	0,03	0,03
2015	1810179,6	2288741,4	1311419,3	1668158,0	2936220,2	4114903,2	2500,7	1980,8
% у структурі пасиву	30,0	28,4	21,6	20,7	48,5	51,0	0,04	0,03
2014	1783983,1	1480658,0	950516,5	1359925,7	2358541,4	3151253,0	2207,4	2428,9
% у структурі пасиву	35,0	24,7	18,7	22,7	46,3	52,6	0,04	0,04
2013	1913187,0	1950374,9	992720,3	1070722,1	2448985,8	2689338,2	1569,8	1839,6
% у структурі пасиву	35,8	25,9	18,5	18,7	45,7	47,1	0,03	0,03
Роки	Баланс							
	на начало	на кінець						
2019 на 30 червня	6564325,0	6689081,6						
2018 на 30 червня	6530051,9	6617515,5						
2017	8877079,8	9961779,1						
2016	7902796,3	9991791,2						
2015	6060319,8	8073783,4						
2014	5095248,4	5994265,6						
2013	5356462,9	5712274,8						

заборгованість (65–75%). Довгострокова заборгованість становить 15–22% від загальної суми кредиторської заборгованості.

У табл. 2 наведено більш детально поточні зобов'язання і забезпечення підприємств у динаміці за 2016–2017 рр. На жаль, Державний комітет статистики не надає дані за період 2018–2019 рр. Але на основі наведених у табл. 2 даних можна визначити структуру поточних зобов'язань і забезпечення підприємств в Україні.

Із даних табл. 2 бачимо, що короткострокові кредити банків за аналізований період становили від 8,5% до 11,1%. Найбільшу вагу мали кредиторська заборгованість (50,8–53,6%) та інші поточні зобов'язання (33,7–45,6%).

У табл. 3 наведено порівняння рівня рентабельності підприємств та загальних зобов'язань.

Дані табл. 3 показують, що не простежується закономірності між рівнем рентабельності та заборгованістю підприємств, водночас її рівень актуалізує проблему її аналізу, оцінки та управління.

Відомо, що з економічного погляду кредит – це форма позичкового капіталу (в грошовій або товарній формах), що надається на умовах повернення і зумовлює виникнення кредитних відносин між тим, хто надає кредит, і тим, хто його отримує. Загальноекономічною причиною появи кредитних відносин є товарне виробництво. Основою функціонування кредиту є рух вартості у сфері товарного обміну, у процесі якого виникає розрив у часі між рухом товару і його грошовим еквівалентом, відбувається відокремлення грошової форми вартості від товарної. Якщо рух товарних потоків випереджає грошовий, то підприємства – споживачі товарів із настанням моменту плати за них не завжди мають достатні кошти, що може зупинити нормальний процес відтворення. Коли рух грошових потоків випереджає товарні, то на підприємствах нагромаджуються тимчасово вільні кошти.

За браком власних оборотних коштів підприємства залучають банківські кредити, кошти інших кредиторів та комерційний (товарний) кредит. Кредит дає змогу доцільніше організувати оборот коштів підприємств, не

Таблиця 2

Поточні зобов'язання і забезпечення підприємств у динаміці за 2016–2017 рр.

	2016		2017	
	на начало	на кінець	на начало	на кінець
Усього поточні зобов'язання і забезпечення, у тому числі	3915351,3	5846688,7	4821692,4	5769539,0
У відсотках,%	100	100	100	100
1. Короткострокові кредити банків	433348,1	496947,2	506154,0	541109,3
у % до поточних зобов'язань та забезпечення	11,1	8,5	10,5	9,4
2. Кредиторська заборгованість	2099165,0	2587426,8	2561471,8	2928507,6
у % до поточних зобов'язань та забезпечення	53,6	44,3	53,1	50,8
3. Поточні забезпечення	31526,5	59357,8	68007,7	104852,3
у % до поточних зобов'язань та забезпечення	0,81	1,01	1,41	1,82
4. Доходи майбутніх періодів та відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	30422,3	37109,7	34345,0	40690,3
у % до поточних зобов'язань та забезпечення	0,78	0,63	0,71	0,71
5. Інші поточні зобов'язання	1320889,4	2665847,2	1651713,9	2154379,5
у % до поточних зобов'язань та забезпечення	33,7	45,6	34,3	37,3

Таблиця 3

Рівень рентабельності (збитковості) операційної діяльності та загальний рівень зобов'язань і забезпечення підприємств в Україні в динаміці за 2013–2019 рр.

Роки	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Рівень рентабельності (збитковості)	3,9	-4,1	1	7,4	8,8	8,1	9,4
Загальний рівень зобов'язань і забезпечення	65,8	75,3	71,6	75,5	75,3	69,4	67,9

витрачати значних фінансових ресурсів на створення зайвих запасів сировини й матеріалів.

У процесі кредитування підприємств насамперед ураховуються індивідуальні особливості кругообігу їхніх оборотних коштів.

Особливості індивідуального кругообігу коштів підприємств проявляються у розбіжності в часі між вивільненням з обороту вартості в грошовій формі та авансу-

ванням коштів у новий оборот. Таке чергування зростання додаткових потреб у коштах і створення тимчасово вільних залишків їх на тому самому підприємстві створюють реальну економічну основу для використання кредитів на формування виробничих і оборотних фондів та погашення їх через певний час [4, с. 176–178].

Види позикових фінансових ресурсів наведено на рис. 2 [5, с. 115].



Рис. 2. Види позикових фінансових ресурсів

На рис. 3 приведено класифікацію кредиторської заборгованості (зобов'язань).

Одним із найпривабливіших джерел залучення коштів є кредиторська заборгованість. З урахуванням того, що розмір кредиторської заборгованості суттєво впливає на фінансовий стан підприємства, необхідно створити механізм управління кредиторською заборгованістю, що являє собою цілеспрямований процес її формування з різних джерел і в різних формах відповідно до потреб підприємства в позиковому капіталі на різних етапах його розвитку. Різноманіття завдань, розв'язуваних у процесі цього управління, визначає необхідність розроблення спеціальної фінансової політики у цій сфері на підприємствах, що використовують значний обсяг позикового капіталу.

Для того щоб відносини з кредиторами максимально відповідали цілям забезпечення фінансової стійкості підприємства, збільшенню прибутковості та конкурентоздатності, керівництву необхідно виробити чітку стратегічну лінію у відношенні характеру залучення і використання позикового капіталу.

Прийнято вважати, що підприємство, яке користується в процесі своєї господарської діяльності лише власним капіталом, має максимальну стійкість. Однак із погляду конкурентної боротьби на ринку не має значення, якими капіталами оперувати: своїми чи позиковими. Єдина різниця

може полягати в розходженнях вартості цих двох категорій капіталу. Кредитори готові кредитувати чийсь бізнес тільки в обмін на визначений дохід (відсоток). При цьому навіть власний капітал не є «безкоштовним», тому що вкладення виробляються в надії дістати прибуток, вище того, що платять банки за депозитними рахунками. З погляду стратегічного розвитку підприємства оптимізація управління позиковими коштами має полягати у визначенні: розміру та динаміки прибутковості бізнесу, що прямо залежать від розміру запозиченої на ринку частки, цінової політики та розміру витрат виробництва. Питання ж джерел фінансування бізнесу у такому разі є вторинним.

Очевидно, що зменшення розміру власного капіталу за рахунок кредиторської заборгованості збільшує рентабельність у тому разі, якщо прибуток незмінний. Тобто будь-яка відстрочка платежів (за придбані товари, роботи і послуги, платежі в бюджет, з оплати праці) збільшує рентабельність власного капіталу. Однак часто за кредиторську заборгованість доводиться платити. Це можуть бути відсотки за банківські позички, збільшення вартості придбаних у кредит товарів, різного роду штрафи, пені, неустойки тощо.

Щодо управління кредиторською заборгованістю підприємства, на нашу думку, необхідно розробити стратегію залучення й використання кредитних ресурсів. Вона повинна включати в себе визначення оптимального

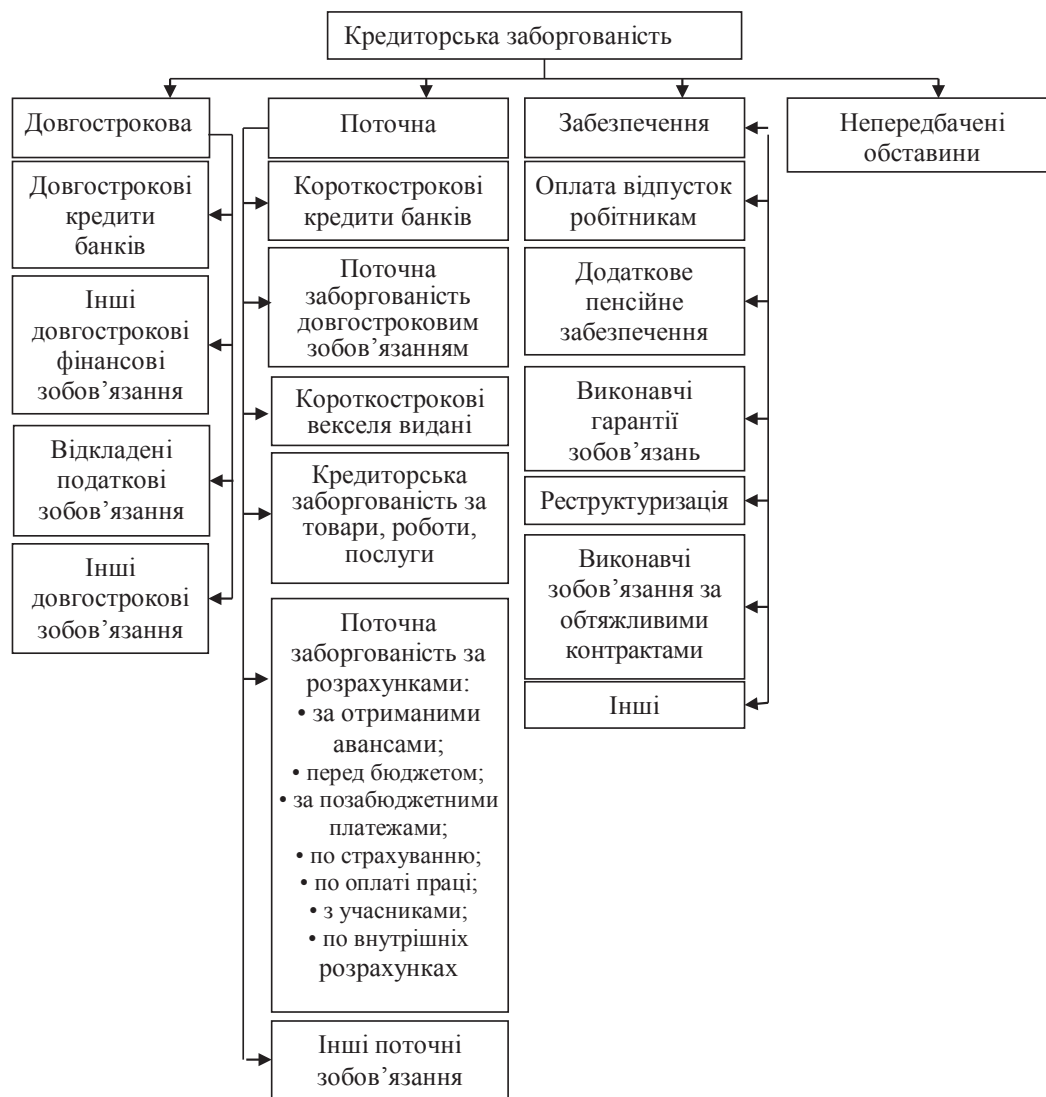


Рис. 3. Класифікація кредиторської заборгованості

розміру відсоткової ставки банківських кредитів, яка б збільшувала рентабельність вкладеного капіталу.

Залучення позикових засобів в оборот підприємства – явище нормальне. Це сприяє тимчасовому поліпшенню фінансового стану за умови, що вони не заморожуються на тривалий час в обороті і своєчасно повертаються. Інакше може виникнути прострочена кредиторська заборгованість, що, зрештою, призводить до виплати штрафів і погіршення фінансового положення.

**Висновки.** Необхідність управління кредиторською заборгованістю виходить із того, що вміле використання тимчасово запозичених коштів сприяє максимізації прибутку від діяльності підприємства.

Управління кредиторською заборгованістю припускає: ухвалення рішення про використання позикових засобів та їх розмір; правильний вибір форми заборгованості (банківська або комерційна) з метою мінімізації процентних виплат і витрат на придбання матеріальних цінностей; установлення найбільш зручної форми банківського кредиту і його терміну (короткострокова позика без забезпечення кредиту під заставу); недопущення додаткових витрат, пов'язаних зі штрафними санкціями, пені тощо.

Оперативне управління кредиторською заборгованістю полягає у постійній роботі, спрямованій на аналіз та оцінювання стану зобов'язань, розрахунків із кредиторами, контроль своєчасності сплати сум кредиторської заборгованості.

Судячи з проведеного аналізу, в Україні простежується тенденція як до збільшення кредиторської заборгованості в абсолютному вимірі, так і порівняно з балансом.

Виходячи з вищезазначеного, можна запропонувати такі потенційні можливості залучення позикових коштів: коштів інвесторів (розширення статутного фонду, спільний бізнес); банківського чи фінансового кредиту (у тому числі випуск облігацій); товарного кредиту (відстрочка оплати постачальникам).

Роблячи узагальнення, можна зробити висновок, що в основі управління кредиторською заборгованістю лежать два підходи:

– порівняння додаткового прибутку, зв'язаного з тією чи іншою схемою фінансування, з витратами і втратами, що виникають за зміни політики залучення та використання коштів;

– порівняння й оптимізація величини і термінів кредиторської заборгованості. Дані порівняння можуть проводитися за рівнем кредитоспроможності, часом відстрочки платежу, стратегією знижок, доходами і витратами по виплатах.

Оцінка реального стану кредиторської заборгованості – одне з найважливіших питань управління джерелами капіталу. Ця оцінка повинна проводитися окремо по групах кредиторської заборгованості з різними термінами виникнення.

#### Список використаних джерел:

1. Державна податкова адміністрація України. Методичні рекомендації по аналізу фінансово-господарського стану підприємств та організацій : Лист Державної податкової адміністрації України. Документ v2117225-98 від 27.01.98. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v2117225-98> (Дата звернення: 02 жовтня 2019 р.).
2. Білик М.Д. Управління дебіторською заборгованістю підприємств. *Фінанси України*. 2003. № 12. С. 24–36.
3. Шияк Д.В., Строченко Н.І. Фінансовий аналіз. Київ : А.С.К., 2003.
4. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. Минск : Новое знание, 2002.
5. Момот Т.В. Управление дебиторской задолженностью предприятия. *Бизнес Информ*. 1999. № 11. С. 97–99.

#### References:

1. Derzhavna podatkovna administratsiia Ukrainy. (1998) Metodichni rekomendatsii po analizu finansovo-hospodars'koho stanu pidpriemstv ta orhanizatsij. [Methodical recommendations for analysis of financial and economic status of enterprises and organizations]: Lyst Derzhavnoi podatkovoi administratsii Ukrainy Dokument v2117225-98 vid 27.01.98. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v2117225-98> (accessed 02 October 2019).
2. Bilyk M.D. (2003) Upravlinnia debitors'koiu zaborhovanistiu pidpriemstv [Enterprise accounts receivable management]. *Finansy Ukrainy*. no. 12, pp. 24–36.
3. Shiyak D.V., Strochenko N.I. (2003) Finansovyy analiz. [Financial analysis]. Kyiv: Vydavnytstvo A.S.K. Ukraina.
4. Savickaja G.V. (2002) Analiz hozhajstvennoj dejatel'nosti predpriyatija. [Analysis of the economic activity of the enterprise]. Minsk: Izdatel'stvo: Novoe znanie, Belarus'.
5. Momot T.V. (1999) Upravlenie debitorskoj zadolzhennost'ju predpriyatija. [Debt management of the enterprise]. *Biznesinform*, vol. 11–12, pp. 97–99.

#### ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ И ОЦЕНКЕ ЗАЕМНЫХ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

**Аннотация.** В статье рассмотрены обязательства как источник формирования финансовых ресурсов для финансирования операционной, инвестиционной и финансовой деятельности предприятий. Предложен табличный метод для анализа и оценки заемных финансовых ресурсов предприятий в Украине. Приведено сравнение уровня рентабельности предприятий и общих обязательств. Сделан вывод, что в Украине прослеживается тенденция как к увеличению кредиторской задолженности в абсолютном измерении, так и по сравнению с балансом. Определено, что оперативное управление кредиторской задолженностью заключается в постоянной работе, направленной на анализ и оценку состояния обязательств, расчетов с кредиторами, контроль своевременности уплаты сум кредиторской задолженности. Предложены потенциальные возможности привлечения заемных средств: средств инвесторов (расширение уставного фонда, совместный бизнес); банковского или финансового кредита (в том числе выпуск облигаций); товарного кредита (отсрочка оплаты поставщикам).

**Ключевые слова:** обязательства предприятия, обеспечение, текущие обязательства, собственные средства предприятия, финансовые ресурсы предприятия, управление финансовыми ресурсами, анализ, оценка.

#### APPROACHES TO ANALYSIS AND ESTIMATION OF ENTERPRISE LOAN FINANCIAL RESOURCES

**Summary.** Obligations are considered as sources of formation of financial resources for financing of operational, investment and financial activity of enterprises. A tabular method for analysis and evaluation of loan financial resources of enterprises in Ukraine is proposed. The analysis of consolidated indicators of the balance of large and medium-sized enterprises for the



years 2013-2019 is carried out. The analysis made it possible to conclude that the largest share in the total amount of payables of Ukrainian enterprises is current debt (65 % – 75 %). Long-term debt accounts for (15 % – 22 %) of total accounts payable. The analysis of the general current liabilities and the provision of enterprises in Ukraine in the dynamics for 2016-2017. The comparison of the level of profitability of enterprises and total liabilities. On the basis of such comparison it is concluded that there is no traceability between the level of profitability and debt of enterprises, at the same time its level actualizes the problem of its analysis, evaluation and management. It is concluded that in Ukraine there is a tendency both in increasing the accounts payable in absolute terms and in comparison with the balance. It is determined that the operational management of accounts payable is a constant work aimed at: analysis and evaluation of obligations, settlements with creditors, control of the timely payment of accounts payable. The following potential possibilities of attracting borrowed funds are offered: investors' funds (expansion of authorized capital, joint business); bank or financial loan (including bond issue); commodity credit (deferred payment to suppliers). It is concluded that the basis of credit management is based on two approaches: comparing the additional income associated with a particular financing scheme with the costs and losses arising from changes in the policy of attracting and using funds; comparison and optimization of the size and timing of accounts payable. These comparisons can be made on the level of creditworthiness, the time of deferred payment, the strategy of discounts, income and expenses on payments.

**Key words:** enterprise liabilities, security, current liabilities, enterprise own funds, enterprise financial resources, financial resources management, analysis, valuation.

УДК 657.1

DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-28-63>

**Юдіна М. І.**

*кандидат економічних наук,  
старший викладач кафедри обліку, аудиту та оподаткування  
Хмельницького національного університету*

**Yudina Maryna**

*Candidate of Economic Sciences, Senior Lecturer  
Departments of Accounting, Audit and Taxation  
Khmelnytsky National University*

## **ЗНАЧЕННЯ ОБЛІКУ В ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

**Анотація.** Охарактеризовано значення виокремлення та оцінки чинників внутрішнього та зовнішнього оточення функціонування підприємства для визначення аспектів ефективного управління з метою підвищення економічного потенціалу та рівня конкурентоздатності продукції. Наведено базову систему показників, які необхідні для визначення рівня ефективності фінансово-господарської діяльності кожного підприємства. Досліджено аспекти управління фінансовим станом та діяльність служби фінансового менеджменту для раціонального використання ресурсів в умовах сучасної ринкової економіки. Розкрито роль управлінського обліку та його інформаційний зв'язок із фінансовим обліком в управлінській діяльності промислового підприємства. Охарактеризовано важливість удосконалення обліково-аналітичного забезпечення управління вартістю підприємства, що є інформаційним підґрунтям для прийняття менеджерами ефективних управлінських рішень.

**Ключові слова:** управлінський та фінансовий облік, фінансово-господарська діяльність, ефективність діяльності, промислові підприємства, обліково-аналітичне забезпечення, чинники впливу.

**Вступ та постановка проблеми.** У нинішніх умовах господарювання промислові підприємства зіткнулися з низкою проблематичних аспектів ведення фінансово-господарської діяльності, що пов'язано із загостренням конкурентної боротьби, необхідністю оновлення основних засобів, потребою залучення фінансових ресурсів для виробництва інноваційних видів виробів, які б склали належну конкуренцію іноземним товаровиробникам. Проблематика забезпечення ефективності фінансово-господарської діяльності промислових підприємств за сучасного стану економіки, вплив зовнішніх та внутрішніх чинників на діяльність суб'єктів, посилення інтеграційних процесів відіграють важливу роль у процесах розвитку економіки країни та розширення реалізації продукції як на вітчизняних, так і на зовнішніх ринках збуту. Кожен елемент системи управління підприємством, такі як орга-

нізація, планування, прогнозування, мотивація, контроль, облік та аналіз діяльності, вимагає від управлінського персоналу застосування новітніх підходів до управління. Облік як важливий складник менеджменту будь-якого промислового підприємства впливає на опрацювання інформації та прийняття результативних управлінських рішень відповідальними фахівцями. Підбір ефективних методів та інструментарію управління позитивно впливатиме на процеси підвищення конкурентоздатності підприємства, зменшення витрат та пошук резервів виробництва, підвищення економічного потенціалу тощо.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженням теоретико-методичних та практичних аспектів удосконалення обліку як складового елементу системи управління, визначенням напрямів підвищення ефективності функціонування підприємств займалося

чимало вітчизняних та зарубіжних учених-економістів, серед них: П. Атамас, П.М. Боровик, Н.В. Бондаренко, О.С. Воронова, Т.В. Гільорме, Г.В. Лебедик, О.М. Лизунова, О.О. Непочатенко, О.О. Пуханов, О.В. Пошивалова, Ч. Хорнгрен, О. Фоміна та ін.

Розвиток економічних відносин на сучасному етапі господарювання підприємств та під впливом чинників внутрішнього та зовнішнього оточення вимагає науково-методичного посилення ведення системи обліку, вдосконалення збору та опрацювання інформації з прийняттям раціональних управлінських рішень для отримання поточних та стратегічних цілей функціонування, що викликає потребу подальших досліджень у даному напрямі.

**Метою** даної роботи є дослідження сучасних аспектів обліково-аналітичного забезпечення діяльності підприємства для підвищення ефективності економічних параметрів господарювання й сталого розвитку суб'єкта.

#### Результати дослідження.

Управління ефективністю роботи підприємства передбачає урахування основних положень теорії максимізації прибутку. Підприємство повинно працювати так, щоб забезпечити максимальний дохід його власникам. У рамках традиційної неокласичної економічної моделі передбачається, що будь-яке підприємство існує для того, щоб максимізувати прибуток у довгостроковій перспективі. При цьому як орієнтир розглядається прибуток, середній для галузі, або той прибуток, що об'єктивно задовольняє власників. Незважаючи на різноманіття чинників за сферами діяльності підприємства, в основі ефективного управління діяльністю лежить індивідуальний набір чинників, які повинні бути в полі зору менеджменту підприємства, оскільки під впливом тих або інших чинників формується виробничий потенціал, а він повинен бути вчасно реалізований для підвищення конкурентоспроможності й стійкого соціально-економічного розвитку підприємства, а якщо ні, то ріст потенціалу характеризує зниження ефективності керування підприємством.

Для побудови стратегії підприємства проаналізуємо чинники зовнішнього та внутрішнього оточення. Так чинники зовнішнього впливу доцільно поділяти на чинники макросередовища (економічні, політичні та державного регулювання), галузевого та конкурентного оточення підприємства. Чинники внутрішнього впливу націлені на визначення ступеня відповідності майбутньої стратегії розвитку промислового підприємства і досягнення стратегічних цілей згідно з кожним функціональним напрямом діяльності: загального управління, економіки та фінансів, дослідження та технологічних розробок, виробництва, маркетингу та збуту, управління персоналом. Виокремлення та оцінка чинників зовнішнього середовища та внутрішнього впливу дає змогу визначити процес управління ефективністю підприємства, обґрунтувати організаційно-економічні передумови розроблення стратегії діяльності [1, 188–189].

Важливою частиною дослідження ефективності фінансово-господарської діяльності є система показників, які є визначальними та ключовими для планування й аналізу діяльності підприємств. Зважаючи на природу їх формування, існуючі показники можна умовно поділити на дві групи:

– первинні показники, сутність яких відображає фактичні результати діяльності підприємства. До даної групи показників можна віднести обсяги виробництва та реалізації продукції, динаміку рівня виробничих витрат, обсяги розкритих робіт, обсяги браку тощо;

– вторинні, або похідні, показники, сутність яких базується на розрахунковій основі. До них можна умовно віднести матеріаломісткість продукції, продуктивність

праці персоналу, фондвіддачу, рентабельність тощо. Використовуючи звітність підприємства, можливо виконати комплексний аналіз ефективності операційної діяльності, застосовуючи матричний метод [2, с. 92–93].

Управління фінансовим станом підприємств базується на суб'єктивних і об'єктивних законах суспільного розвитку, на знанні та використанні закономірностей розподілу готової продукції і доходів підприємства. Отже, сутність категорії «управління фінансовим станом» можна трактувати як інструмент реалізації фінансової політики, як сукупність методів впливу на організацію і використання фінансових відносин та фінансових ресурсів, як виважені та економічно обґрунтовані дії сукупності управлінських структур і фінансового апарату підприємства.

Водночас управління фінансовим станом, як і інші напрями менеджменту, прийнято поділяти на оперативне та стратегічне. Оперативне управління фінансовим станом – це комплексна система заходів із розподілу фінансових ресурсів для забезпечення поточної діяльності підприємства з метою виконання запланованих заходів та здійснення контролю над їх виконанням. При цьому головним завданням оперативного фінансового менеджменту є ефективне і раціональне використання наявних на підприємстві фінансових ресурсів. На стратегічному ж рівні в процесі управління фінансовим станом суб'єкта підприємницької діяльності служба фінансового менеджменту повинна розробляти напрями вирішення проблем формування фінансових ресурсів та їх раціонального розміщення з метою забезпечення всіх служб та видів діяльності, що, своєю чергою, істотно впливає на структуру й розмір активів і пасивів та фінансовий стан підприємства. Загалом управління фінансовим станом як одна з основних систем внутрішнього менеджменту набуває вирішального значення в умовах ринкової економіки. Управління фінансовим станом відображає вид професійної діяльності, спрямованої на забезпечення належного функціонування підприємства, та є одним із ключових елементів усієї системи сучасного підприємницького менеджменту. Водночас діяльність більшості вітчизняних підприємств не є недостатньо ефективною, причиною чого є зростання витрат (насамперед на енергоносії), а наслідком – суттєве збільшення собівартості реалізованої продукції. Отже, якщо підприємство планує збільшити обсяги реалізації та розміри прибутку від таких продаж, йому потрібно максимально зменшити витрати [3, с. 294].

Багато функцій бухгалтерського обліку присутні як у фінансовому, так і в управлінському обліку. В умовах загострення конкуренції виникає необхідність ведення управлінського обліку. Управлінський облік – це процес, який, прибавляючи цінність, безперервно вдосконалює планування, проектування, вимірювання і функціонування систем фінансової й нефінансової інформації, який спрямовує дії менеджменту, мотивує поведінку, підтримує і створює культурні цінності, необхідні для досягнення стратегічних, тактичних та оперативних цілей організації.

Бухгалтерський облік забезпечує кількісною інформацією процес прийняття та реалізації управлінських рішень. Інформаційний зв'язок між фінансовим і управлінським обліком ніякими законодавчими нормами та стандартами не регламентується. Тим не менше інформація управлінського обліку повинна бути узгоджена і порівняна з інформацією фінансового обліку. Для забезпечення такої порівняності слід уважно поставитися до процесу розроблення облікової політики підприємства, яка повинна формуватися спільними зусиллями головного бухгалтера та фінансового директора. В іншому разі збором та обробкою облікової інформації, використовуваної для прийняття

управлінських рішень, доведеться займатися спеціальною обліковою службою, що в умовах загострення цінової конкуренції не буде сприяти зменшенню або оптимізації витрат. Сучасний менеджер повинен мати інформацію, яка допомагає йому економічно правильно оцінити її у реальному режимі часу відреагувати на всі зовнішні і внутрішні події періоду. Це питання розвитку економічних процесів у зовнішньому середовищі, зміни номенклатури й обсягу виробництва продукції у внутрішньому середовищі, структурні перебудови підприємства та ін. [4, с. 122–123].

Залежно від чинника впливу на величину вартості підприємства виділяють зовнішню та внутрішню інформацію, яка необхідна для її оцінки. Якщо на макросередовище суб'єкт господарювання має опосередкований вплив, то мікросередовище створює він сам. Саме обліково-аналітичне забезпечення управління вартістю підприємства є внутрішнім інформаційним базисом прийняття управлінського рішення, його складників: обліку, аналізу і контролю. Внутрішні джерела інформації щодо обліку відображаються, насамперед, у звітності підприємства: фінансовій (фінансовий облік) та управлінській (управлінський облік). При цьому якщо фінансовий облік має регламентований характер інформації, що підпорядковується нормативно-правовим актам України, то в царині управлінського обліку виникає можливість формувати управлінські моделі оцінки вартості підприємства, особливо його складової частини – ринкової. Це можливо за інтеграції управлінського обліку в систему управління ринковою вартістю на засадах вартісно-орієнтованого менеджменту [5, с. 185].

Запровадження системи управлінського обліку дасть змогу керівнику підприємства:

- швидко адаптувати бізнес-процеси підприємства до зміни ринкових умов, законодавчої бази та інших зовнішніх і внутрішніх чинників, що впливають на діяльність підприємства;
- підвищувати рентабельність, економічну ефективність і конкурентоспроможність за рахунок зовнішнього та внутрішнього реінжинірингу бізнес-процесів шляхом виявлення неефективних позицій, гранично витратних за вартістю, персоналу, термінів і розроблення заходів із підвищення їх ефективності;
- використовувати систему оперативного моніторингу ключових напрямів діяльності за допомогою показників діяльності та отриманих чи очікуваних економічних результатів;
- підвищувати економічну ефективність шляхом фінансового контролінгу витрат на операції з виробництва та реалізації продукції, впливати на ціну кінцевого продукту методом інтеграції маркетингу потреб покупців;
- розподіляти виконання бізнес-процесів по зонах відповідальності конкретних служб, що дасть змогу використовувати комплексний підхід до управління підприємством;
- контролювати взаємодію зон відповідальності над бізнес-процесами з оцінкою їх ефективності та використовувати відповідну систему мотивації персоналу;

– використовувати сучасну систему управління підприємством, досягаючи визнання на внутрішньому ринку і на міжнародному рівні;

– привести політику і стандарти підприємства до єдиної форми, що допоможе правильно розподілити цілі для досягнення стратегічних завдань;

– розробити стратегію розвитку підприємства, що враховує дотримання інтересів як керівника, акціонерів, персоналу, так і регуляторних органів [6, с. 138].

Основною метою облікової системи як на рівні держави, так і на рівні підприємства є формування інформації користувачам для прийняття управлінських рішень. Сучасне управління бізнесом передбачає пошук комплексного вирішення усіх завдань, які стоять перед менеджментом. Така ситуація вимагає системного підходу до управлінського обліку, оскільки вирішення управлінських завдань знаходяться на перетині різних наук, що потребує чіткого уявлення їхньої сутності до впровадження на підприємстві такої системи. Оскільки управлінський цикл містить функції планування, обліку, контролю, аналізу та прийняття управлінських рішень, управлінський облік повинен забезпечувати інформацією всі зазначені функції, охоплюючи три часові періоди: минулі, сучасні та майбутні події.

Інформаційні системи, які діють на підприємстві, утворюють інформаційну інфраструктуру підприємства. Існують три основні умови, які дають змогу стверджувати, що на підприємстві створена інформаційна система управління: наявність бізнес-потреб в ефективній системі управління відповідного класу, оформлених у точних, конкретних вимогах бізнесу; наявність знань і відповідної мотивації у керівників, що беруть участь у виборі й створенні інформаційної системи управління; наявність усіх необхідних компонентів інформаційної системи управління: програмне забезпечення із необхідним ступенем функціональності, гнучкі схеми бізнес-логіки і кваліфікації консультантів, достатньої для побудови системи [7, с. 115–116].

**Висновки.** Діюча система обліку на підприємстві залежить від базових елементів менеджменту, в якому облік виступає інтеграційною інформаційною базою управління та можливістю приймати рішення, спрямовані на підвищення ефективності господарювання. Підприємство, вибравши власну концепцію управлінської діяльності для отримання поставленої мети господарювання, повинне вдосконалити інформаційне забезпечення у напрямі внесення організаційних змін у системі обліку та аналізу діяльності. При цьому важливим є забезпечення взаємозв'язків функціональних підрозділів системи менеджменту промислового підприємства, що пришвидшить процес виявлення проблемних аспектів господарювання (виявлення відхилень фактично отриманих показників від планових) й прийняття вчасних коригуючих управлінських рішень відповідними фахівцями. Дані взаємозв'язки та напрями вдосконалення ведення бухгалтерського обліку необхідно забезпечувати на основі використання системного чи комплексного підходу.

#### Список використаних джерел:

1. Лизунова О.М., Пуханов О.О. Забезпечення ефективності діяльності підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»*. 2017. Вип. 12(1). С. 187–190.
2. Бондарчук О.М., Темченко Г.В., Максимова О.С. Оптимізація ефективності діяльності промислового підприємства гірничої галузі. *Економічний вісник*. 2018. № 1(61). С. 89–101.
3. Посилення впливу аналізу фінансової діяльності на процес управління підприємством / О.О. Непочатенко та ін. *Інноваційна економіка*. 2013. № 3. С. 291–296.
4. Воронова О.С. Роль управлінського обліку в управлінні діяльністю підприємства. *Управління розвитком*. 2013. № 15. С. 122–124.
5. Гільборне Т.В., Пошивалова О.В., Ковальчук Т.І. Бухгалтерський облік в управлінні вартістю підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2016. Вип. 18(1). С. 184–186.

6. Лебедик Г.В., Івашенко К.Ю., Світловська А.М. Проблеми організації управлінського обліку на підприємствах. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*. 2016. Вип. 15. С. 137–140.
7. Фоміна О. Облік в управлінні підприємством. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2010. № 2. С. 113–120.

#### References:

1. Lyzunova O.M., Pukhanov O.O. (2017) Zabezpechennja efektyvnosti dijajlnosti pidpryjemstva [Ensuring the efficiency of the enterprise]. *Naukovyj visnyk Uzghorodskogo nacionalnogo universytetu. Serija : Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove gospodarstvo*, vol. 12(1), pp. 187–190.
2. Bondarchuk O.M., Temchenko Gh.V., Maksymova O.S. (2018) Optyimizacija efektyvnosti dijajlnosti promyslovogho pidpryjemstva ghirnychoji ghaluzi [Optimization of efficiency of activity of the industrial enterprise of the mining industry]. *Ekonomichnyj visnyk*, no. 1(61), pp. 89–101.
3. Nepochatenko O.O., Borovyk P.M., Bondarenko N.V., Filipova T.O. (2013) Posylennja vplyvu analizu finansovoi dijajlnosti na proces upravlinnja pidpryjemstvom [Strengthening the impact of financial performance analysis on the enterprise management process]. *Innovacijna ekonomika*, no. 3, pp. 291–296.
4. Voronova O.S. (2013) Rolj upravlinsjkogho obliku v upravlinni dijajlnistju pidpryjemstva [The role of management accounting in the management of the enterprise]. *Upravlinnja rozvytkom*, no. 15, pp. 122–124.
5. Ghiljorme T.V., Poshyvalova O.V., Kovaljchuk T.I. (2016) Bukhghaltersjkyj oblik v upravlinni vartistju pidpryjemstva [Accounting in enterprise value management]. *Naukovyj visnyk Khersonskogo derzhavnogho universytetu. Serija : Ekonomichni nauky*, vol. 18(1), pp. 184–186.
6. Lebedyk Gh.V., Ivashhenko K.Ju., Svitlovsjka A.M. (2016) Problemy orghanizaciji upravlinsjkogho obliku na pidpryjemstvakh [Problems of management accounting at enterprises]. *Naukovyj visnyk Mizhnarodnogho ghumanitarnogho universytetu. Serija : Ekonomika i menedzhment*, vol. 15, pp. 137–140.
7. Fomina O. (2010) Oblik v upravlinni pidpryjemstvom [Accounting in enterprise management]. *Visnyk Kyjivskogo nacionalnogo torghoveljno-ekonomichnogho universytetu*, no. 2, pp. 113–120.

### ЗНАЧЕНИЕ УЧЕТА В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

**Аннотация.** Охарактеризовано значение оценки факторов внутренней и внешней среды функционирования предприятия для определения аспектов эффективного управления с целью повышения экономического потенциала и уровня конкурентоспособности продукции. Приведена базовая система показателей, которые необходимы для определения уровня эффективности финансово-хозяйственной деятельности каждого предприятия. Исследованы аспекты управления финансовым состоянием и деятельность службы финансового менеджмента для рационального использования ресурсов в условиях современной рыночной экономики. Раскрыта роль управленческого учета и его информационная связь с финансовым учетом в управленческой деятельности промышленного предприятия. Охарактеризована важность совершенствования учетно-аналитического обеспечения управления стоимостью предприятия, что является информационной основой для принятия менеджерами эффективных управленческих решений.

**Ключевые слова:** управленческий и финансовый учет, финансово-хозяйственная деятельность, эффективность деятельности, промышленные предприятия, учетно-аналитическое обеспечение, факторы влияния.

### THE IMPORTANCE OF ACCOUNTING IN IMPROVING THE EFFICIENCY OF FINANCIAL AND ECONOMIC ACTIVITY OF ENTERPRISES

**Summary.** The importance of isolation and estimation of factors of internal and external environment of functioning of the enterprise for determination of aspects of effective management in order to increase economic potential and level of competitiveness of products is characterized. Problems of ensuring the efficiency of financial and economic activity of industrial enterprises in the current state of the economy, the influence of external and internal factors on the activity of entities, strengthening of integration processes plays an important role in the processes of development of the country's economy and expansion of sales of products in both domestic and foreign markets. The basic system of indicators necessary for determining the level of efficiency of financial and economic activity of each enterprise is presented. Accounting as an important component of the management of any industrial enterprise influences the processing of information and the adoption of effective management decisions by responsible specialists. The selection of effective management methods and tools will have a positive effect on the processes of improving the competitiveness of the enterprise, reducing costs and finding reserves of production, increasing economic potential. Aspects of financial state management and activity of financial management service with the purpose of rational use of resources in the conditions of modern market economy are investigated. The role of management accounting and its informational connection with financial accounting in the management activity of an industrial enterprise are revealed. The enterprise should improve information support in the direction of organizational changes in the system of accounting and analysis of activities. It is important to ensure the interconnections of functional units of the industrial enterprise management system, which will speed up the process of identifying problematic aspects of management. The importance of improving accounting and analytical support of enterprise value management, which is an informational basis for making effective management decisions, is characterized.

**Key words:** management and financial accounting, financial and economic activity, efficiency of activity, industrial enterprises, accounting and analytical support, factors of influence.

**Яценко О. М.**

*доктор економічних наук, професор,  
професор кафедри міжнародної торгівлі і маркетингу  
Київського національного економічного університету*

*імені Вадима Гетьмана*

**Ускова Д. С.**

*магістр*

*Київського національного економічного університету  
імені Вадима Гетьмана*

**Yatsenko Olha**

*Doctor of Sciences (Economics), Professor,  
Professor of International Trade and Marketing Department,  
Kyiv National Economic University named after V. Hetman*

**Uskova Domenika**

*Master of Sciences (Economics),  
Master's Degree in International Trade and Marketing Department,  
Kyiv National Economic University named after V. Hetman*

## СУЧАСНІ ДЕТЕРМІНАНТИ ТА ФОРМИ МІЖНАРОДНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ СУПЕРЕЧОК

**Анотація.** Визначено суть, місце і функції міжнародних торговельних суперечок у процесі формування міждержавних торговельних процесів. Досліджено суб'єктно-об'єкту характеристику конфронтації в міжнародній торгівлі, з'ясовано причини, форми, чинники впливу, світові тенденції, обґрунтовано теоретичні основи виникнення торговельних суперечок та їх можливе подальше поглиблення у стадію конфлікту чи війни. Розкрито категорії «торговельна суперечка», «торговельний конфлікт» та «торговельна війна», дано їх комплексну характеристику, що допомагає більш детально виявити основопричини виникнення конфронтацій між країнами та стадії їх розгорнення. Проаналізовано перелік торговельних суперечок у рамках Світової організації торгівлі в період із 1995 по 2019 р. Визначено найактивніші країни в проведенні та ініціюванні торговельних суперечок, до них входять США, ЄС, Канада як позивачі та США, ЄС, Китай як відповідачі.

**Ключові слова:** міжнародна торгівля, торговельна суперечка, міжнародний торговельний конфлікт, Світова організація торгівлі, ГАТТ, торговельна політика, імпорт, експорт, Орган вирішення спорів, позивач, відповідач.

**Вступ та постановка проблеми.** До характерних рис сучасної міжнародної торгівлі належать багато чинників, одним із них є боротьба двох протилежних тенденцій: лібералізації та протекціонізму. Глобальна торговельна система, збудована Світовою організацією торгівлі, спрямована на досягнення балансу інтересів учасників міжнародних торговельних відносин засобом забезпечення раціонального співвідношення лібералізації і протекціонізму, за якого вигоди країн від міжнародної торгівлі є найбільш результативними. Порушення даного балансу спричиняє дискримінацію національних торгово-економічних інтересів тієї чи іншої країни з боку порушника, звідси й виникають суперечливі ситуації між країнами, котрі переростають у торговельні конфлікти, а подекуди і війни. Яскравим прикладом останніх років є відносини США та Китаю. Не менш гучними залишаються конфліктні стосунки між Україною та Росією. Саме це зумовило логіку і мету дослідження. Актуальність цієї проблеми полягає у тому, що з розвитком міжнародної торгівлі зростає ескалація конфліктів, які призводять до суттєвих економічних і торговельних утрат її учасниками та ускладненням міждержавних відносин. Системне дослідження процесів міжнародного торговельного конфлікту є важливим і своєчасним як із теоретичного, так і з практичного погляду, що й визначило тему роботи та її мету.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження питання торговельного конфлікту виявилось неабияк актуальним серед провідних економістів та науковців України та інших країн світу, серед яких: А. Поручник, Я. Столяр-

чук, О. Шнипко, М. Серпухов, М. Капітоненко, В. Кременюк, В. Панова, А. Анцупова, А. Шипілова, М. Рачинський, В. Хомяков, О. Шаров, Дж. Перкінс, Е. Мансфілд, Б. Поллінс, А. Сьмбятян та ін. Методи ведення торговельних війн розглядали такі вчені, як Т. Гордєєва, О. Пуригіна, А. Духневич; наслідки торговельних війн проаналізовано В. Золотарьовим, Ю. Бялим, Л. Скобою, М. Джонсоном.

Однак у сучасному середовищі дослідників, аналітиків та експертів увага, як правило, концентрується на дослідженні методів ведення конфлікту міжнародних торговельних відносин у цілому, а причини та наслідки виникнення залишаються малодослідженими, тому системний аналіз процесів міжнародного торговельного конфлікту є важливим і своєчасним як із теоретичного, так і з практичного погляду, що й визначило тему наукової роботи та її мету.

**Метою** даної роботи є виявлення та характеристика ступеню погіршення міжнародних торговельних відносин, виявлення форм торговельних конфронтацій, їх суб'єктів; класифікація детермінантів конфліктної ситуації між країнами – учасницями торговельних відносин; обґрунтування теоретичних основ торговельних суперечок та їх мотивів, подальшого можливого поглиблення у стадію конфлікту чи війни; прогнозування їх наслідків для суспільства та світової економіки.

**Результати дослідження.**

Міжнародна торгівля є невід'ємною частиною міжнародних економічних відносин та може реалізовуватися посередництвом торговельного обміну як засіб політичного та економічного тиску країн. Коли одна держава

оцінює економічну політику іншої держави як несприятливу й уживає відповідних заходів, розпочинається торговельна суперечка, а згодом і війна.

За ступенем погіршення суперечливих/конфліктних відносин у міжнародній торгівлі залежно від інтенсивності напруги між державами та можливих економічних утрат поділяють: суперечлива ситуація у торгівлі, торговельна суперечка, торговельний конфлікт, торговельна війна. Розглянемо їх детальніше (на рис. 1) [1, с. 110–111].

Для захисту вітчизняних ринків від товарів зарубіжних конкурентів і зміцнення своїх позицій як конкурентоспроможної держави країни використовували різні форми впливу – від дипломатичних до військових інтервенцій. Погоджуючись із В. Золотарьовим, виділяють такі форми торговельної війни [2]: «відкриття ринків», що характеризується захопленням ринків інших країн силовими методами задля їх закриття; торговельна війна як засіб політичного тиску – використання торговельних та економічних важелів задля досягнення політичних цілей; «кредитування» країною-експортером країни-імпортера, що має на меті надання позички під зобов'язання купівлі продукції, що позбавляє країну-кредитора від конкуренції та створює економічну залежність від неї; війна девальвацій власної валюти для заохочення експорту; субсидування – приховане дотування експортерів через надання податкових пільг, пільгових умов страхування та позик за ставкою нижче ринкової і тарифна, котра має на меті маніпуляцію країною-суперником за допомогою імпортерів та експортних тарифів. Довповнено і систематизовано авторами дві форми: інструменти – тарифні, нетарифні методи регулювання, методи захисту національних ринків (винятки СОТ, антидемпінгові заходи) тощо; механізми вирішення спорів – вирішуються через звернення до Органу вирішення спорів СОТ чи арбітражного суду.

Сукупність цих форм покликана захищати економіку суб'єкта, спроможного до активних протидій іншим суб'єктам. Або будь-яка дія, спрямована на захист власних економічних інтересів та вітчизняного виробництва, автоматично виступає проти економіки конкуруючої країни. Або ж у разі коли дії послаблюють економіку опонента, то зміцнюється власна економіка.

До основних засобів ведення торговельних конфліктів можна віднести: визначення групи «чуттєвих» товарів та введення стосовно них заборонених чи надмірно високих митних ставок; уведення економічних санкцій проти певної країни у вигляді заборони ввезення певних груп товарів; уведення ліцензованого імпорту проти певних груп товарів; уведення експортних субсидій та пріоритетних галузей вітчизняного виробництва; введення особливого режиму стандартизації та сертифікації товарів; уведення особливих санітарних та фітосанітарних норм; обмеження або заборона участі іноземних компаній та фізичних осіб у купівлі землі, нерухомості або ж в акціонуванні так званих природних монополій та ін.

Під суб'єктами прийнято вважати сторони міжнародних торговельних відносин, тобто одна сторона конфлікту або одразу обидві спричиняють дії, що зашкоджують торговельному опоненту. До суб'єктів відносять держави, компанії, інтеграційні угруповання або міжнародні організації. Учасниками зазвичай називають треті сторони, що залучаються до конфліктних відносин на певній фазі її протікання та мають мету її розв'язати.

Торговельні конфлікти спонукають до виявлення детермінантів, що визначають окремі грані характеру міжнародних торговельних конфліктів, які згодом можуть використовуватися як критерії класифікації. Головні детермінанти міжнародної торговельної конфліктної ситуації між країнами – торговельними партнерами продемонстровано в табл. 1 [3, с. 276–285].

За історію існування міжнародної торгівлі відбулася велика кількість торговельних суперечок. Лише за період 1995 р. – дотепер СОТ було розглянуто 582 суперечки між країнами-членами. Держави мають різний досвід участі у таких суперечках: як країни-позивача і країни-відповідача. Природно, що держави, з огляду на свою могутність, використовують у конфліктах значно більше методів досягнення цілей, аніж держави, що належать до нижчого рангу в неформальній міжнародно-політичній ієрархії. Кількісну інформацію щодо участі країн – членів СОТ, що найчастіше приймали участь у торговельних суперечках протягом 1995 р. – до жовтня 2019 р., подано в табл. 2 [4].

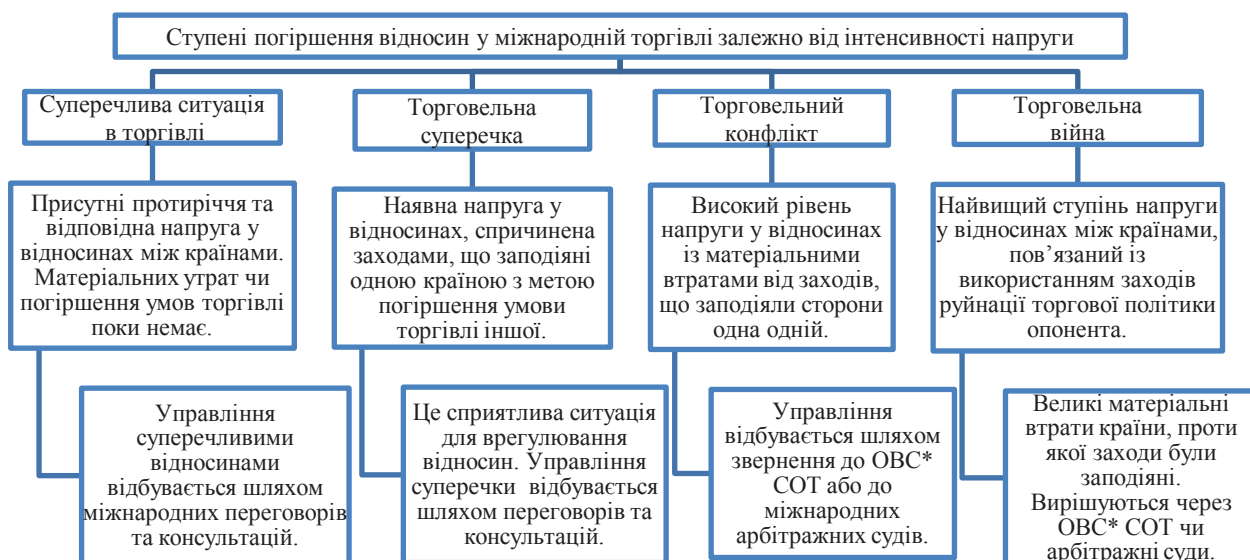


Рис. 1. Характеристика ступенів погіршення відносин у міжнародній торгівлі залежно від інтенсивності напруги між державами

\*ОВС СОТ – Орган вирішення спорів СОТ.

Джерело: складено авторами на основі даних [1]

Типізація детермінант міжнародних торговельних конфліктів

Детермінанти	Значення та характеристики
Мотив країни, котра спричинила суперечку	Протекціоністський, політичний, ідеологічний, екологічний, економічний, суспільний.
Суб'єкти	Держава, компанії, інтеграційні угруповання, міжнародні організації.
Причини	Бажання підтримати власного товаровиробника, захистити власні інтереси, здебільшого економічні, бажання захопити нові ринки або знищити конкурента.
Об'єктне поле суперечки: - засоби внутрішньої і зовнішньої економічної політики однієї сторони, що дискримінують торговельного партнера; - сфера економіки другої сторони, яка зазнала економічних втрат	- тарифні, нетарифні або змішані засоби зовнішньоторговельної політики; - інструменти внутрішньої економічної політики, що дискримінують іноземних виробників; - експортне виробництво товарів певної галузі країни; - експорт та імпорт товарів і послуг певної країни; - сукупний національний експорт країни.
Масштаби	Локальні, субрегіональні, регіональні, трансконтинентальні, глобальні.
Тривалість	Коротка (до 2–3-х місяців), середня (від 3 до 15 місяців), довга (понад 15 місяців).
Методи врегулювання	Переговори, консультації, посередництво, міжнародний суд, міжнародний арбітраж, механізми регіональних міжнародних організацій, механізми глобальних міжнародних організацій (СОТ, ООН).
Ступені погіршення ситуацій	Суперечлива ситуація в торгівлі, міжнародна суперечка, міжнародний конфлікт та міжнародна війна.
Наслідки	Економічні, соціальні, технологічні.

Джерело: доповнено та систематизовано авторами на основі [3]

Таблиця 2

Торговельні суперечки в рамках СОТ у 1995–2019\* рр.

№	Країна-позивач	Кількість разів	№	Країна-відповідач	Кількість разів
1	США	125	1	США	157
2	ЄС	102	2	ЄС	81
3	Канада	42	3	Китай	54
4	Китай	32	4	Індія	35
5	Бразилія	30	5	Аргентина	24
6	Мексика	25	6	Канада	23
7	Японія	24	7	Республіка Корея	18
8	Індія	24	8	Японія	18
9	Республіка Корея	22	9	Мексика	15
10	Аргентина	20	10	Бразилія	14

\*Включно по листопад 2019 р.

Джерело: побудовано авторами на основі [4]

З огляду на дану таблицю, можна дійти висновку, що найчастішим учасником міжнародних торговельних суперечок виступає США із загальною кількістю у 282 справи (125 разів як позивач та 157 як відповідач). Після США в рейтингу найбільшої кількості суперечок виступає ЄС: 102 та 81 відповідно. Китай як країна, що стрімко розвивається в міжнародній торгівлі, частіше виступає як відповідач (54 рази), аніж як позивача (32 рази). Найбільше суперечок відбулося між США та ЄС, США та Китаєм. Такі суперечки в літературі отримали назву трансатлантичних.

Причиною виникнення торговельних протиріч у галузевому розрізі здебільшого є номенклатура ринку товарів: бензин та продукти нафтопереробки, металопродукція й окремі види гарячекатаних сталевих виробів, напівпровідники та окремі види комп'ютерного обладнання, м'ясо свіже та заморожене і м'ясопродукти, риба, креветки та інші морепродукти і вироби з них, зерна кави й алкогольні напої, текстильна продукція, одяг, взуття, фармацевтичні та агрохімічні продукти; ринку послуг: порушення авторських прав і права інтелектуальної власності. У співвідношенні до загальної кількості торговельних суперечок у рамках СОТ за останні 10 років на першому місці – протиріччя навколо металургійної продукції та гарячекатаних

сталевих виробів, наступними за кількістю скарг є сільськогосподарські товари та товари текстильної галузі [5].

Теоретично доведено, що наслідки торговельних суперечок можуть бути неабияк серйозними та мати велику ймовірність спричинити погіршення рівня добробуту людей по всьому світу й погіршити прогноз зростання світової економіки. І які б зусилля не докладали в СОТ, аби надати всім країнам-членам однаково сприятливі умови для торгівлі, конфліктність міжнародних торговельних відносин залишається актуальним питанням.

**Висновки.** Визначено та охарактеризовано ступені погіршення міжнародних торговельних відносин: суперечлива ситуація в торгівлі, торговельна суперечка, конфлікт та війна. Виявлено, доповнено та систематизовано форми торговельних конфронтацій у вигляді «відкриття ринків», «кредитування» країною-експортером країни-імпортера; війна девальвацій власної валюти; субсидування – приховане дотування експортерів, інструменти та механізми вирішення спорів. Здійснено класифікацію детермінантів конфліктної ситуації між країнами – учасницями торговельних відносин, з'ясовано основні причини і тенденції, обґрунтовано теоретичні основи суперечок та їх можливе подальше поглиблення у стадії конфлікту чи війни. Досліджено причини торговельних суперечок за останні роки.

Які б зусилля не докладали в СОТ, аби надати всім країнам-членам однаково сприятливі умови для торгівлі, кон-

фліктність міжнародних торговельних відносин залишається актуальним питанням і стосується всіх країн.

#### Список використаних джерел:

1. Гордєєва Т. Міжнародні торговельні суперечки у сучасній регулятивній парадигмі. *Міжнародна економічна політика*. 2013. № 2(19). С. 110–111.
2. Золотарьов В. Вогонь по своїм: як не стати жертвою в торговельній війні. *Контракты*. 2013. № 33/34. С. 12.
3. Гордєєва Т. Детермінанти конфліктних ситуацій у міжнародній торгівлі. *Формування ринкової економіки*. 2011. Вип. 25. С. 276–285.
4. Перелік торговельних конфліктів в рамках СОТ у період з 1995 р. по теперішній час. URL : [https://www.wto.org/english/res\\_e/booksp\\_e/dispu\\_settl\\_1995\\_2018\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/dispu_settl_1995_2018_e.pdf).
5. Фліссак К.А. Міжнародні торговельні спори і місце економічної дипломатії у їх врегулюванні. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2016. Вип. 127. Ч. II. С. 152.

#### References:

1. Gordieva T. Mizhnarodni torhovel'ni superechky v suchasniy rehulyatyvnyi paradyhmi [International trade disputes in the current regulatory paradigm.]. *Mizhnarodna ekonomichna polityka* [International economic policy]. 2013. No 2 (19). Pp. 110–111.
2. Zolotarev V. Vohon' po svoym: yak ne staty zhertvoyu v torhovel'niy viyni [Fire on Your Own: How Not to Become a Victim in the Trade War]. *Kontrakty* [Contracts], № 33 / 34. 2013, pp. 12.
3. Gordieva T. Determinanty konfliktnykh sytuatsiy u mizhnarodniy torhivli. Formuvannya rynkovoyi ekonomiky [Determinants of conflict situations in international trade. Formation of market economy.]. *Zbirnyk naukovykh prats'* [Collection of scientific works.]. K. : KNEU, 2011. Vol. 25. P. 276–285.
4. The list of trade conflicts from the official site the WTO from 1995 to nowadays 2019. Available at: [https://www.wto.org/english/res\\_e/booksp\\_e/dispu\\_settl\\_1995\\_2018\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/dispu_settl_1995_2018_e.pdf) (accessed 1 December 2019).
5. Flissak K.A. Mizhnarodni torhovel'ni superechky ta mistse ekonomichnykh dyplomatiya v yikh'omu vrehulyuvanni [International trade disputes and the place of economic diplomacy in their settlement.]. *Aktual'ni problemy mizhnarodnykh vidnosyn* [Current problems of international relations]. Release 127 (part II). 2016. P. 152.

### СОВРЕМЕННЫЕ ДЕТЕРМИНАНТЫ И ФОРМЫ МЕЖДУНАРОДНЫХ ТОРГОВЫХ СПОРОВ

**Аннотация.** Определены суть, место и функции международных торговых споров в процессе формирования межгосударственных торговых процессов. Исследована субъектно-объектная характеристика конфронтации в международной торговле, выяснены причины, формы, факторы влияния, мировые тенденции, обоснованы теоретические основы возникновения торговых споров и их возможное дальнейшее углубление в стадию конфликта или войны. Раскрыты категории «торговая спор», «торговый конфликт» и «торговая война», дана их комплексная характеристика, которая помогает более детально выявить основопричины возникновения конфронтаций между странами и стадии их углубления. Проанализирован перечень торговых споров в рамках Всемирной торговой организации в период с 1995 г. по настоящее время. Определены самые активные страны в проведении и иницировании торговых споров, в них входят США, ЕС, Канада в качестве истцов и США, ЕС, Китай в качестве ответчиков. Теоретически доказано, что последствия торговых споров могут быть очень серьезными и иметь большую вероятность вызвать ухудшение уровня благосостояния людей по всему миру и ухудшить прогноз роста мировой экономики.

**Ключевые слова:** международная торговля, торговые споры, международный торговый конфликт, Всемирная торговая организация, ГАТТ, торговая политика, импорт, экспорт, Орган разрешения споров, истец, ответчик.

### MODERN DETERMINANTS AND FORMS OF INTERNATIONAL TRADE DISPUTES

**Summary.** The essence, place and functions of international trade disputes in the process of formation of interstate trade processes are determined. The subject-object characterization of the confrontation in international trade is investigated, the causes, forms, factors of influence, world tendencies are found out, the theoretical bases of the emergence of trade disputes are grounded and their possible further deepening into the stage of conflict or war, improves the interpretation of the concepts of «trade dispute», «trade conflict» and «trade war», their complex characterization helps to reveal in more detail the main causes of confrontations between countries and the stage of their aggravation. The typing and refinement of the determinants of international trade conflicts has been systematized and improved, and listed and characterized. The determinants include: the motive of the country causing the dispute, the extent, causes, subjects, duration, methods of settlement, the degree of aggravation of the situation and the consequences. The list of trade disputes within the World Trade Organization in the period from 1995 to the present time of 2019 is analyzed. The most active countries in conducting and initiating trade disputes have been identified, including the USA, the EU, Kanada as the plaintiff and the USA, the EU and China as the defendant. The authors indicated causes of trade contradictions in the sectoral section: gasoline and oil products, metal products and certain types of hot-rolled steel products, semiconductors and certain types of computer equipment, fresh and frozen meat, meat, fish, shrimp and other seafood and coffee products, alcoholic beverages, textiles, clothing, footwear, pharmaceuticals and agrochemicals; in the services market: copyright and intellectual property infringement. It has been theoretically argued that the effects of trade disputes can be extremely serious and are likely to cause worsening in the well-being of people around the world and worsen the outlook for global economic growth. A systematic study of the processes of the international trade conflict is important and timely from both theoretical and practical points of view, which determined the topic of the work and its purpose.

**Key words:** international trade, trade dispute, international trade conflict, World Trade Organization, GATT, trade policy, import, export, Dispute Settlement Body, complainant, respondent.



## **НОТАТКИ**

*Науковий журнал*

**НАУКОВИЙ ВІСНИК  
УЖГОРОДСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ**

**Серія  
МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ  
ТА СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО**

**Випуск 28**

**Частина 2**

Коректура • *авторська*

Комп'ютерна верстка • *Стратій І. І.*

*Засновник видання – Факультет міжнародних економічних відносин  
Ужгородського національного університету*

Заснований у 2014 році. Виходить 6 разів на рік.

Адреса редакції:

88000, Україна, м. Ужгород, вул. Університетська 14, каб. 510

Факультет міжнародних економічних відносин,

Ужгородський національний університет

Телефон редакції: +38 (097) 085 34 95

Електронна пошта редакції: [editor@visnyk-econom.uzhnu.uz.ua](mailto:editor@visnyk-econom.uzhnu.uz.ua)

Сторінка наукового журналу: [www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua](http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua)

Формат 64x84/8. Гарнітура Times New Roman.

Папір офсет. Цифровий друк. Ум. друк. арк. 20,69.

Підписано до друку 29.11.2019 р. Замов. № 1219/282. Наклад 100 прим.

Видавець: Видавничий дім «Гельветика»

м. Херсон, вул. Паровозна 46-а

E-mail: [mailbox@helvetica.com.ua](mailto:mailbox@helvetica.com.ua)

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи

ДК № 6424 від 04.10.2018 р.