

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ODESSA NATIONAL ECONOMIC UNIVERSITY

В І С Н И К
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ
←—————→
SOCIO-ECONOMIC RESEARCH BULLETIN

Збірник наукових праць

Collection of scientific works

№ 1 (65) 2018

Засновано у серпні 1999 р.

The collection was founded in August 1999

Періодичність видання – 4 рази на рік

Frequency of output – 4 times a year

Одеса – 2018

Odessa – 2018

Збірник рекомендовано до друку та поширення через мережу Інтернет за рішенням вченої ради Одеського національного економічного університету (Протокол № 7 від 28.03.2018 р.).

Збірник включено до Переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук, за галуззю «Економічні науки» згідно з Наказом Міністерства освіти і науки України № 1528 від 29.12.2014 р.

Збірник зареєстрований та індексується в міжнародній базі Index Copernicus з 2014 р. (ICV 2016: 69.67).

Засновник і видавець: Одеський національний економічний університет

Редакційна колегія:

Зверяков М.І.	головний редактор, доктор екон. наук, професор ОНЕУ (Україна)
Ковальов А.І.	заст. головного редактора, доктор екон. наук, професор ОНЕУ (Україна)
Velichko Adamov	doctor of economics, professor, rector of the Tsenov Academy of Economics (Republic of Bulgaria)
Балджи М.Д.	доктор екон. наук, професор, ОНЕУ (Україна)
Баранова В.Г.	відповідальний редактор, доктор екон. наук, професор, ОНЕУ (Україна)
Grzybowska-Brzezińska Mariola	doctor of economics, professor, University of Warmia and Mazury in Olsztyn (Republic of Poland)
Дрозд І.К.	доктор екон. наук, професор, ОНЕУ (Україна)
Козак Ю.Г.	доктор екон. наук, професор, ОНЕУ (Україна)
Roman Kisiel	doctor hab., professor, University of Warmia and Mazury in Olsztyn (Republic of Poland)
Кузнецова І.О.	доктор екон. наук, професор, ОНЕУ (Україна)
Литовченко І.Л.	доктор екон. наук, професор, ОНЕУ (Україна)
Лоханова Н.О.	доктор екон. наук, професор, ОНЕУ (Україна)
Juchniewicz Malgorzata	doctor of economics, professor, University of Warmia and Mazury in Olsztyn (Republic of Poland)
Никифороенко В.Г.	доктор екон. наук, професор, ОНЕУ (Україна)
David Prohazka	PhD, Vysoká škola ekonomická v Praze (Czech Republic)
Johannes N. Stelling	doctor of economics, professor, Hochschule Mittweida University of Applied Sciences (Germany)
Семенов В.Ф.	доктор екон. наук, професор, ОНЕУ (Україна)
Serge Verlesco	doctor of economics, professor, Hochschule Mittweida University of Applied Sciences (Germany)
Янковий О.Г.	доктор екон. наук, професор, ОНЕУ (Україна)
Josef Windsperger	doctor of economics, associate professor, University of Vienna (Austria)

Редактор-коректор: Батанова Т. В.

У збірнику визначено актуальні тенденції розвитку ринку праці в Україні, обґрунтовано ключові позиції державної стратегії щодо його регулювання. Проаналізовано ефективність державної політики у сфері зайнятості України. Запропоновано заходи щодо поліпшення стану українського ринку праці.

Розглянуто та проаналізовано сучасні проблеми розвитку ринку капіталів в Україні і патології його основних інститутів. Запропоновано напрями їх оздоровлення та ефективного функціонування задля забезпечення інвестиційними ресурсами реального сектора економіки, його модернізації і структурної перебудови. Визначено базові цілі довгострокової стратегії держави щодо розвитку ринку капіталів.

Досліджено актуальні проблеми розвитку ринку органічної продукції в Україні. Запропоновано створення засобів інформаційного забезпечення для розвитку органічного ринку в Україні, формування широкого асортименту якісних продуктів харчування та запровадження єдиної системи контролю та сертифікації, що гарантуватиме населенню високу якість продовольства як важливої складової продовольчої безпеки.

У збірнику розміщено статті наших колег-економістів із різних наукових та освітніх закладів України.

Погляди авторів щодо окремих положень статей можуть не збігатися з поглядами редакційної колегії.

Адреса редакції та видавця:

Україна, 65082, м. Одеса, вул. Гоголя, 18, ауд. 110, Одеський національний економічний університет,
науково-редакційний відділ, тел.: (048) 777-89-16; web-сайт: <http://vsed.oneu.edu.ua>;
e-mail: sbornik.odeu@oneu.edu.ua.

Зареєстровано Міністерством України у справах преси та інформації.
Свідectvo про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації.

Серія KB № 6448 від 21 серпня 2002 року.

ЗМІСТ

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Матусевич К. М. СУПЕРЕЧНОСТІ БІМЕТАЛІЗМУ: ПРОБЛЕМА ПАРИТЕТУ	9
Панковець М. П., Берегова Г. І. ДЕЯКІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМ ЗАЙНЯТОСТІ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	16
Пилипенко Ю. І., Алексєєнко Д. Д. СОЦІАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ЯК ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА	24

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Бабенко В. О., Сідоров В. І., Фірсанова В. О., Бондаренко М. І. ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У ГЛОБАЛЬНІЙ СИСТЕМІ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ	36
--	----

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Степанюк Н. А. ВПЛИВ СУЧАСНОГО РЕФОРМУВАННЯ НА РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	50
Zakharchuk V. G., Nerutsa L. V. THE BASIC PRINCIPLES OF THE STATE POLICY IN THE FIELD OF CONSUMER PROTECTION IN THE MARKET OF ORGANIC PRODUCTS	60

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Андрєєва Н. М., Зінковська Д. В. МАРКЕТИНГОВИЙ АУДИТ ПІДПРИЄМСТВА: МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ УНІФІКАЦІЇ ПРОЦЕДУРИ СТРАТЕГУВАННЯ ТА ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ	70
Гречкосій І. Д., Осичка О. В. РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ШЛЯХОМ ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ	79
Квасній Л. Г., Щербан О. Я., Федішин В. В. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ЧИННИКІВ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ ПРИКАРПАТТЯ	87
Куклінова Т. В. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ	95
Никифорова В. Г., Кравченко В. О. КРОС-КУЛЬТУРНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ І УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЯК СКЛАДОВІ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ	103
Радіонова Н. Й. ВПЛИВ МЕХАНІЗМУ ВИРОБНИЧОГО ЛЕВЕРИДЖУ НА УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	119
Токарчук Д. М. УПРАВЛІНСЬКІ ЗАХОДИ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА РІПАКУ	125

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Андрєєва Я. С., Величко Г. О., Ропотан, І. В. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВОГО ІНЖИНІРИНГУ В КОМЕРЦІЙНОМУ БАНКУ	135
Арутюнян Р. Р., Арутюнян С. С., Ропотан, І. В. ПАТОІНСТИТУТИ РИНКУ КАПІТАЛІВ УКРАЇНИ: МОЖЛИВОСТІ ОЗДОРОВ- ЛЕННЯ ТА ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ	144
Сирчин О. Л. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ ПОЗИЧАЛЬНИКА БАНКУ	153
Череп А. В., Павленко А. І. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ	161

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Старенька О. М. МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ЗДІЙСНЕННЯ ОПЕРАТИВНОГО КОНТРОЛЮ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	175
Шерер І. Л. МОДЕЛЬ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ДОХОДІВ ЗА ПРОГРАМАМИ ЛОЯЛЬНОСТІ ВІДПОВІДНО ДО МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ	186

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

Копішинська О. П., Уткін Ю. В. ШЛЯХИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТНО-ОРІЄНТОВАНОЇ МОДЕЛІ СПІВПРАЦІ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ, ІТ-КОМПАНІЙ ТА АГРОПІДПРИЄМСТВ ПРИ ВПРОВАДЖЕННІ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ	197
Сендзюк М. А., Науменко І. В., Держук О. В. ЕВОЛЮЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ЯК МЕТОД УДОСКОНАЛЕННЯ ЗБАЛАНСОВАНОЇ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	207
Sokolovska Z. M., Kapustian I. V. MODELING THE ADVERTISING STRATEGY OF ENTERPRISES ON THE PHARMACEUTICAL PRODUCTS MARKET	217
АВТОРИ СТАТЕЙ	227

The collection is recommended to printing and distribution to Internet by the decision of Academic Council of Odessa National Economic University (Protocol No. 7, 28.03.2018).

The collection of scientific works «Socio-Economic Research Bulletin» was included in the list of scientific professional editions of Ukraine, which can be published results of dissertations for the degree of doctor and candidate, for Economics sciences according to the decree of Ministry of Education and Science of Ukraine dated from 29.12.2014, No. 1528.

The collection is registered in Ulrich's Periodicals Directory and indexed in Index Copernicus International database from 2014 (ICV 2016: 69.67).

Founder and publisher: Odessa National Economic University.

Editorial board:

Zveryakov M.I.	editor-in-chief, doctor of economics, professor, ONEU (Ukraine)
Kovalyov A.I.	vice-editor in chief, doctor of economics, professor, ONEU (Ukraine)
Velichko Adamov	doctor of economics, professor, rector of the Tsenov Academy of Economics (Bulgaria)
Baldji M.D.	doctor of economics, professor, ONEU (Ukraine)
Baranova V.G.	executive editor, doctor of economics, professor, ONEU (Ukraine)
Grzybowska-Brzezińska Mariola	doctor of economics, professor, University of Warmia and Mazury in Olsztyn (Poland)
Drozd I.K.	doctor of economics, professor, ONEU (Ukraine)
Kozak Y.G.	doctor of economics, professor, ONEU (Ukraine)
Roman Kisiel	doctor hab., professor, University of Warmia and Mazury in Olsztyn (Poland)
Kuznetsova I.O.	doctor of economics, professor, ONEU (Ukraine)
Lytovchenko I.L.	doctor of economics, professor, ONEU (Ukraine)
Lokhanova N.O.	doctor of economics, professor, ONEU (Ukraine)
Juchniewicz Małgorzata	doctor of economics, professor, University of Warmia and Mazury in Olsztyn (Poland)
Nikiforenko V.G.	doctor of economics, professor, ONEU (Ukraine)
David Prohazka	PhD, Vysoká škola ekonomická v Praze (Czech Republic)
Johannes N. Stelling	doctor of economics, professor, Hochschule Mittweida University of Applied Sciences (Germany)
Semenov V.F.	doctor of economics, professor, ONEU (Ukraine)
Serge Verlesco	doctor of economics, professor, Hochschule Mittweida University of Applied Sciences (Germany)
Yankovyi O.G.	doctor of economics, professor, ONEU (Ukraine)
Josef Windsperger	doctor of economics, associate professor, University of Vienna (Austria)

Proofreader editor: *Batanova T.V.*

The collection contains current trends in the labor market development in Ukraine, and the key positions of the state strategy for its regulation are substantiated. The effectiveness of the state policy in the field of employment of Ukraine is analyzed. The measures to improve the state of the Ukrainian labor market are proposed.

The modern problems of capital market development in Ukraine and the pathology of its main institutions are considered and analyzed. The directions of their improvement and effective functioning are offered in order to provide investment resources for the real sector of economy, its modernization and structural adjustment. The basic goals of the long-term state strategy concerning capital market development are determined.

The actual problems of development of market for organic products in Ukraine are investigated. The creation of means of information support for the development of the organic market in Ukraine is proposed, as well as the formation of the wide range of quality foods and the introduction of a unified system of control and certification, which will guarantee the population high quality foods as an important component of food security.

The author's views concerning certain provisions of the articles may not necessarily reflect the views of the editorial board.

Contacts of Editorial and Publisher:

Ukraine, Odessa, 18, Gogolya Str., of. 110, 65082, Odessa National Economic University,
Scientific and Editorial Department, tel.: (048) 777-89-16;
web: <http://vsed.oneu.edu.ua>; e-mail: sbornik.odeu@oneu.edu.ua.

Registered in Ukraine Ministry of Press and Information.
Certificate of state registration of the print media.
Series number: KV 6448 of 21 August 2002.

CONTENTS

ECONOMIC THEORY AND HISTORY OF ECONOMIC THOUGHT

Matusevich Konstantin CONTRADICTIONS OF BIMETHALISM: THE PROBLEM OF PARITY	9
Pankovets Marta, Beregova Galyna SOME ASPECTS OF EMPLOYMENT PROBLEMS INVESTIGATION UNDER THE CONDITIONS OF UKRAINE'S ECONOMY MARKET TRANSFORMATION	16
Pylypenko Yuriy, Alekseenko Darya SOCIAL CAPITAL AS A FACTOR OF ECONOMIC DEVELOPMENT OF SOCIETY	24

WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Babenko Vitalina, Sidorov Vadim, Firsanova Violetta, Bondarenko Mykhailo RESEARCH OF INTEGRATION PROCESSES DEVELOPMENT IN THE GLOBAL SYSTEM OF INTERNATIONAL TRADE	36
---	----

ECONOMICS AND NATIONAL ECONOMY MANAGEMENT

Stepaniuk Nataliia INFLUENCE OF MODERN REFORMING ON THE NATIONAL ECONOMY DEVELOPMENT	50
Zakharchuk Valentina, Nerutsa Liliia THE BASIC PRINCIPLES OF THE STATE POLICY IN THE FIELD OF CONSUMER PROTECTION IN THE MARKET OF ORGANIC PRODUCTS	60

ECONOMICS AND ENTERPRISES MANAGEMENT

Andryeyeva Natalya, Zinkovska Daria MARKETING AUDIT OF THE ENTERPRISE: METHODOLOGICAL ASPECTS OF UNIFICATION OF THE PROCEDURE OF STRATEGIZING AND EVALUATION OF EFFICIENCY	70
Grechkosiy Inna, Osychka Olena FORMULATION OF THE ENTERPRISE DEVELOPMENT STRATEGY BY IMPROVING THE INVESTMENT ATTRACTIVENESS	79
Kvasnii Liubov, Shcherban Oresta, Fedychyn Vasylyna ANALYSIS AND ESTIMATION OF FACTORS THAT INFLUENCE THE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES OF TRAVEL INDUSTRY IN PRECARPATHIAN REGION	87
Kuklinova Tetiana CURRENT TRENDS AND FACTORS OF INTERNET-TRADE IN UKRAINE	95
Nikiforenko Valeriy, Kravchenko Vera CROSS-CULTURAL MANAGEMENT AND PERSONNEL MANAGEMENT AS COMPONENTS OF STRATEGIC MANAGEMENT SYSTEM	103
Radionova Natalia INFLUENCE OF PRODUCTION LEVERAGE MECHANISM ON COST MANAGEMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISE	119
Tokarchuk Dina MANAGEMENT MEASURES TO IMPROVE THE EFFICIENCY OF THE RAPESEED PRODUCTION	125

MONEY, FINANCE AND CREDIT

Andrieieva Yana, Velishko Gennadiy, Ropotan Iryna THEORETICAL ASPECTS OF FINANCIAL ENGINEERING IN A COMMERCIAL BANK	135
Arutyunyan Ruzanna, Arutyunyan Svetlana, Ropotan Iryna PATOINSTITUTIONS OF THE UKRAINIAN CAPITAL MARKET: OPPORTUNITIES FOR RECOVERY AND EFFECTIVE FUNCTIONING	144
Syrchyn Oleksandr THEORETICAL BASIS FOR ASSESSING THE CREDITWORTHINESS OF BANK BORROWER	153
Cherep Alla, Pavlenko Anna FORMATION OF ANTI-CRISIS MANAGEMENT STRATEGY OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISES OF THE ZAPORIZHIA REGION	161

ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT

Starenka Olga METHODICAL BASES OF IMPLEMENTATION OF OPERATIONAL CONTROL IN INDUSTRIAL ENTERPRISES	175
Sherer Igor THE MODEL OF ORGANIZATION OF ACCOUNTING OF INCOMES FROM LOYALTY PROGRAMS IN ACCORDANCE WITH INTERNATIONAL FINANCIAL REPORTING STANDARDS	186

**MATHEMATICAL METHODS, MODELS AND
INFORMATION TECHNOLOGIES IN ECONOMICS**

Kopishynska Olena, Utkin Yuri WAYS TO IMPLEMENT THE PROJECT-ORIENTED MODEL OF COOPERATION BETWEEN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS, IT-COMPANIES AND AGRICULTURAL ENTERPRISES IN THE IMPLEMENTATION OF INFORMATION SYSTEMS	197
Sendzuk Myron, Naumenko Iryna, Derzhuk Olena EVOLUTIONARY STRATEGY AS A METHOD OF IMPROVING THE BALANCED SCORECARD OF ENTERPRISE MANAGEMENT	207
Sokolovska Zoia, Kapustian Iryna MODELING THE ADVERTISING STRATEGY OF ENTERPRISES ON THE PHARMACEUTICAL PRODUCTS MARKET	217
AUTHORS OF ARTICLES	227

***ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ
ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ***

УДК 330.8:336.743.3

Костянтин Миколайович МАТУСЕВИЧ

кандидат економічних наук, доцент кафедри економічної теорії, Рівненський державний гуманітарний університет, Україна, e-mail: matusevich83@gmail.com,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2496-4747>

СУПЕРЕЧНОСТІ БІМЕТАЛІЗМУ: ПРОБЛЕМА ПАРИТЕТУ

Матусевич, К. М. Суперечності біметалізму: проблема паритету // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць; за ред. М. І. Зверькова (голов. ред.) та ін. (ISSN 2313-4569). Одеса: Одеський національний економічний університет. 2018. № 1 (65). С. 9–15.

Анотація. У статті розглянуто проблему паритету валютних металів, що розвивалися у XIX ст. Розкрито суперечності біметалевої валютної системи, формування монометалевої валютної системи у вигляді золотомонетного стандарту. Проаналізовано погляди економістів XIX ст. на металевий грошовий стандарт, суб'єктивні та об'єктивні умови щодо розбіжностей їхніх поглядів. Показано зміни вартісного паритету золота та срібла протягом усього XIX ст., що спричинили зростання суперечностей у здійсненні світового грошового обігу. Збільшення міжнародного товарного обміну потребувало величезного зростання дорожніх монетних металів для карбування монет, що стало недоцільним. Ситуацію не врятував навіть перехід усіх країн до золотомонетного стандарту наприкінці XIX ст. і збереження срібла для карбування дрібної монети із співвідносною цінністю за вмістом срібла. З 70-х років XIX ст. у Європі з'явилося багато прихильників однорідної грошової системи для усіх країн. Таке об'єднання повинно було проявитися в карбуванні рівноцінних монет усіма державами. Це питання обговорювалося на міжнародних конференціях у Парижі в 1878 та 1881 рр., а також у Брюсселі наприкінці 1892 р. Учасники конференції відмовилися від думки про впровадження подвійної валютної системи. Штучні суперечності і труднощі додавала світова банківська система, яка була зацікавлена у розвитку паперових кредитних грошей. Вказані суперечності системи металевих грошей призвели до колапсу і скасування золотомонетного стандарту в липні 1914 р. У світі визрівали нові ідеї та фінансові умови для переходу валютних відносин до нового – золотозливкового, а згодом і до золотодевізного стандарту.

Ключові слова: валютні метали; монометалізм; біметалізм; монета; монетний устав; монетний паритет; золотомонетний стандарт.

Константин Николаевич МАТУСЕВИЧ

кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории, Ровенский государственный гуманитарный университет, Украина,
e-mail: matusevich83@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2496-4747>

ПРОТИВОРЕЧИЯ БИМЕТАЛЛИЗМА: ПРОБЛЕМА ПАРИТЕТА

Матусевич, К. Н. Противоречия биметаллизма: проблема паритета // Вестник социально-экономических исследований: сб. науч. трудов; под ред. М. И. Зверькова (глав. ред.) и др. (ISSN 2313-4569). Одесса: Одесский национальный экономический университет. 2018. № 1 (65). С. 9–15.

Аннотация. В статье рассмотрена проблема паритета валютных металлов, которые развивались в XIX в. Раскрыты противоречия биметаллической валютной системы, формирование монометаллической валютной системы в виде золотомонетного стандарта. Проанализированы взгляды экономистов XIX в. на металлический денежный стандарт, субъективные и объективные условия разногласий их взглядов. Показаны изменения стоимостного паритета золота и серебра в течение всего XIX в., которые привели к росту противоречий в осуществлении мирового денежного обращения. Увеличение международного товарного обмена потребовало огромного роста драгоценных монетных металлов для чеканки монет, что стало нецелесообразным. Ситуацию не спас даже переход всех стран к золотомонетному стандарту в конце XIX в. и сохранение серебра для чеканки мелкой монеты с соразмерной ценностью по содержанию серебра. С 70-х годов XIX в. в Европе появилось много сторонников однородной денежной системы для всех стран. Такое объединение должно было проявиться в чеканке равноценных монет всеми государствами. Этот вопрос обсуждался на международных конференциях в Париже в 1878 и 1881 годах, а также в Брюсселе в конце 1892 г. Участники конференции отказались от мысли о внедрении двойной валютной системы. Искусственные противоречия и трудности добавляла мировая банковская система, которая была заинтересована в развитии

бумажных кредитных денег. Указанные противоречия системы металлических денег привели к коллапсу и отмене золотомонетного стандарта в июле 1914 г. В мире вызревали новые идеи и финансовые условия для перехода валютных отношений к новому – золотослитковому, а впоследствии и к золотодевизному стандарту.

Ключевые слова: валютные металлы; монометаллизм; биметаллизм; монета; монетный устав; монетный паритет; золотомонетный стандарт.

Konstantin MATUSEVICH

PhD in Economics, Associate Professor, Department of Economic Theory, Rivne State Humanitarian University, Ukraine, e-mail: matusevich83@gmail.com,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2496-4747>

CONTRADICTIONS OF BIMETHALISM: THE PROBLEM OF PARITY

Matusevich, K. (2018). Contradictions of bimetalism: the problem of parity. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Superechnosti bimetalizmu: problema parytetu; za red.: M. I. Zveriyakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; *Visnik social'no-ekonomichnih doslidzhen'* (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 1 (65), pp. 9–15.

Abstract. The article deals with the problem of parity of currency metals, which developed in the XIX century. The contradictions of the bimetallic monetary system and the formation of a monometallic monetary system in the form of a gold coin standard are defined. The author analyzes the views of economists of XIX century on the metal monetary standard, subjective and objective conditions for disagreements of their views. The changes in the value parity of gold and silver during the entire XIX century, which led to an increase in the contradictions in the implementation of world monetary circulation are described. The increase in international commodity exchange required the huge growth of precious coin metals for coinage, which became inexpedient. The situation remained unchanged even after the transition of all countries to the gold coin standard at the end of the XIX century, and the preservation of silver for the coinage of a small coin with a commensurate value for the content of silver. Since the 1870s, there were many supporters of a homogeneous monetary system for all countries in Europe. Such an association should have manifested itself in the coinage of equivalent coins by all states. This issue was discussed at international conferences in Paris in 1878 and 1881, as well as in Brussels in late 1892. The participants of the conference rejected the idea of introducing a double currency system. The artificial contradictions and difficulties were also added by the world banking system, which was interested in the development of paper credit money. These contradictions of the system of metallic money led to the collapse and abolition of the gold coin standard in July 1914. At that time, new ideas and financial conditions for the transition of currency relations to a new gold standard and in a consequence to the gold exchange standard were developing in the world.

Keywords: currency metals; monometallism; bimetalism; coin; monetary regulations; monetary parity; gold coin standard.

JEL classification: A110

Постановка проблеми у загальному вигляді. Проблема співіснування грошових металів – золота і срібла завжди передбачала з'ясування співвідношення вартості та цінності дорогоцінних металів, які змінювалися в часі. Вона стала особливо гострою і актуальною в XIX ст. у зв'язку із різким зростанням потреби у грошових металах в умовах стрімкого розвитку внутрішнього товарообігу та міжнародної торгівлі. Карбування велетенської кількості монет перетворилося на невід'ємний, важкий тягар для господарств усіх країн світу. Розвиток банківської фінансової системи призвів до появи нових платіжних інструментів і засобів, які підказали нові шляхи вдосконалення грошового обігу і здійснення міжнародних валютних відносин.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Питання збереження і використання металевої грошової системи були предметом дослідження багатьох економістів і політиків. Особливо гостро вони постали у XIX ст. і обговорювалися на конференціях у Парижі та Брюсселі. Сьогодні економічну думку в цьому секторі знань спрямовує чиказька школа

монетаризму. Констатується демонетизація грошового обігу, нові принципи та механізм міжнародних валютних відносин заснованих на доларі США.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. В сучасній економічній науці вважається, що використання золота у міжнародних розрахунках остаточно припинилося з крахом золотого стандарту в серпні 1971 р. Золотомонетний, золотозливковий та золотодевізний стандарти розглядаються як історія розвитку валютних відносин. Але в світі сучасної монетарної політики Китаю, проблема участі валютних металів у міжнародних розрахунках стає вельми актуальною, оскільки Шанхайська міжнародна енергетична біржа перейшла на розрахунки за нафту в юанях та золоті. Отже, несподівано з'явилися умови щодо повернення сучасних економічних досліджень до використання валютних металів у міжнародних розрахунках.

Постановка завдання. Мета статті полягає у з'ясуванні суперечностей паритету дорогоцінних металів, що розвивалися у XIX ст. і призвели до обмеження можливостей використання металеві валюти та сприяли занепаду золотомонетного стандарту.

Виклад основного матеріалу дослідження. Металеві гроші у вигляді монет виникли майже п'ять тисяч років тому. Грошовими металами були золото та срібло, які за вартістю завжди знаходилися у певному співвідношенні – паритеті. Наприклад, у стародавньому Вавилоні карбувалися золоті та срібні монети у співвідношенні вартості грошових металів, як 1:13,5. Подвійна монетна система існувала майже в усіх стародавніх народів. Залежно від природних умов видобутку дорогоцінних металів їхній паритет змінювався, що породжувало спекулятивні махінації і певні труднощі у здійсненні грошового обігу [1].

Це вносило певні труднощі та розбрат у міжнародні розрахунки. Із розвитком світової торгівлі, торгові нації швидко виявили, що реальна вартість їхніх валют повинна бути у відповідності до металевого змісту грошей. У Середньовіччі співвідношення зовнішньої торгівлі до внутрішньої зростало, а використання грошової політики у набувала все більшого розповсюдження. Ядром металевих реформ був випуск повноцінних монет фіксованої ваги і встановленої проби як «стандарту» національної грошової системи [2].

Протягом століть вартісний паритет між золотом і сріблом поступово змінювався, що породжувало певні труднощі у збереженні вартості монет відповідно до їхнього номіналу. Отже у центрі дискусій завжди впливала проблема вибору металів для металевого стандарту. У процесі цих дискусій державні діячі, економісти та інтелектуали виступали «за» або «проти» золота або срібла, «за» або «проти» біметалізму або монометалізму [3; 4]. Але фундаментальний вибір на користь будь-якого металевого стандарту, де єдиним видом грошей є металеві гроші, вартість яких визначається вартістю втіленого в них металу, протягом тривалого часу не була предметом обговорення аж до тих пір, поки не розвинулася банківська система з чисельним набором паперових носіїв номінальної вартості і цінності [3].

В умовах металеві валюти, як золота так і срібна монети вважаються законним платіжним засобом, а учасники угод мають вибір щодо платежів монетами будь-якого з монетних металів. Подвійна система грошей часто призводила до того, що один із металів зникав із обігу. Якщо золото дорожчає порівняно із його офіційною цінністю, яка встановлена монетним законом, золоті монети поступово зникають із обігу [5]. Частина золотих монет використовується для платежів із врахуванням фактичного лага у сріблі, частина переливається у зливки і вивозиться закордон, або використовується у ювелірному виробництві. Якщо дорожчає срібло відносно золота, стає вигідним вживати для платежів золоту монету, а срібло зникає із обігу. Наприклад, можна згадати грошовий обіг в Англії на початку XVIII ст. Тоді подорожчало срібло внаслідок чого із обігу зникла майже уся срібна монета. Подібний випадок виник в США у 50-х–60-х роках XIX ст. Срібна монета зникла із обігу під впливом зниження вартості й цінності золота, яке надходило у величезній кількості з каліфорнійських і австралійських родовищ [6].

У світі існували як монометалістичні так і біметалістичні валютні системи. В Англії та Ірландії з 1816 р. була впроваджена золота монетна система, де золоті монети слугували

законним платіжним засобом при здійсненні всіх розрахунків на суму більшу ніж 40 шилінгів. Одна монета в один фунт стерлінгів (соверен) містила 7,988 г. золота у монетному сплаві 916-ї проби [6, с.397]. Зрозуміло, що більшість англійських колоній успадкувало монетну систему метрополії. Ост-Індія додержувалася срібної валютної системи, грошовою одиницею якої була рупія. Франція, Бельгія, Швейцарія та Італія створили у 1865 р. Латинський монетний союз. Було вирішено дотримуватися подвійної металевої системи з офіційно встановленим співвідношенням ціни золота до срібла як 1 до 15,5. Було вирішено, що кожна країна буде карбувати дрібну срібну монету в кількості 6 франків на 1 мешканця. У 1868 р. до союзу приєдналася Греція. Німеччина перейшла до золотомонетної системи з 1873 р. Це стало можливим після Франко-пруської війни, внаслідок якої до Німеччини приплило золото на 1,75 млрд. марок. До золотої монетної системи перейшли на початку 70-х років скандинавські держави, у 1897 р. Японія, а в 1900 р. США. Внаслідок цього скоротилося карбування срібних монет. Це було зроблено навіть у країнах із подвійною валютою (Франція, Бельгія) ще у 70-х роках. У 1893 р. Ост-Індія також вдалася до таких заходів [5, с.484–485].

У Російській імперії панувала срібна монетна система, вона була впроваджена законом від 1 серпня 1886 р. Монетною одиницею визначався срібний рубль. Він поділявся на 100 копійок і містив 4 золотника і 21 долі чистого срібла. Золоті монети карбувалися номіналом у 5 та 10 рублів. Для повноцінних золотих та срібних монет була затверджена 900 проба. Дрібна розмінна срібна монета карбувалася із срібла 48-ї або 500-ї проби. У платежах обов'язковий прийом розмінної монети був обмежений трьома рублями.

Проблеми грошового обігу були спричинені пануванням паперових кредитних грошей з часів кримської війни. Кредитний рубль став дешевше рублів в обох металах приблизно у 1,5 рази. До цього додалося порушення стійкого співвідношення вартості золота і срібла від 1:13-15 протягом XIX ст. до 1:18-20 з 70-х років. Срібний рубль понизився у ціні відносно золота, але був значно дорожче кредитного рубля. Крім того, срібло значно подешевшало і в світі. Щоб зупинити приплив знеціненого срібла російський уряд обмежив у 1893–1894 рр. прийом срібних рублів, що було першим кроком відступу від срібного стандарту і переходу до золотого стандарту. У 1895 р. були дозволені всілякі угоди із золотом. Тим самим був започаткований перехід від срібної валюти до золотої. Законом від 3 січня 1897 р. був встановлений офіційний курс 1,5 кредитних рублів за один рубль золотом. Наприкінці 1897 р. була випущена золота монета номіналом 5 рублів, яка дорівнювала 0,66 полуімперіалу, або 5 кредитних рублів. Отже металевий і кредитний рубль зрівнялися. Відповідно до нового монетного уставу 1899 р. монетною одиницею став рубль, який склав 17,424 долі (0,777г.) чистого золота. В угодах поміж приватними особами обов'язковий прийом срібної монети повної проби (1 рубль, 50 і 25 копійок) складав 25 рублів, а неповноцінної монети до 3 рублів [5, с.486].

Таким чином, відбувся перехід до золотої валютної системи у сподіванні на досягнення достатньої нею стійкості. Але зміни, які швидко відбувалися у грошовій системі Російської імперії спричиняли у деяких моментах негативний відбиток на народному господарстві. Грошова реформа заважала збільшенню грошового обігу відповідно до фактичного економічного зростання. Якщо у 1792 р. на одного мешканця в імперії припадало 17 рублів грошей, то наприкінці 1899 р. в обігу було 1320,9 млн. рублів, тобто неповних 10,5 рублів на одного мешканця. Зростання промислових і торгових оборотів капіталу потребувало значно більшої кількості грошей. Посилений розвиток промисловості у країнах Західної Європи і в Америці наприкінці 90-х років також виявив відчутну нестачу грошей, але із набагато більшим запасом грошей: у Німеччині до 70 рублів на одного мешканця, у Бельгії і США понад 50 рублів [5, с.487].

Поміж прибічниками одиничної та подвійної монетної системи велися суперечки протягом всього XIX ст. Головним стрижнем питання було обговорення перспектив видобутку дорогоцінних металів для повного забезпечення світових потреб у монетних металах. Відкриття нових золотих копалень в Австралії, Африці, Каліфорнії, Сибіру змінили

положення на користь золота. Унаслідок цього світовий річний видобуток золота у 1851 р. був у 4 рази більшим ніж у 40-х роках і у 8 разів більший ніж у 30-х роках. Але ціна поміж золотом і сріблом майже не змінилася. Протягом тривалого часу срібло було в 15,5 разів дешевше золота і ця пропорція у першій половині XIX ст. мало змінювалася [6, с.399].

Головним ринком для срібла протягом тривалого часу був Лондон. Там щоденно визначалася світова ціна срібла відносно золота. Срібло слугувало головним грошовим металом не тільки в Індії і країнах Азії, але і в багатьох країнах Європи. В усіх країнах які мали срібну валюту, воно знаходило збут за цінами, які зазнавали невеликих коливань. На початку другої половини XIX ст. значне підвищення видобутку золота у Каліфорнії спричинило падіння ціни золота відносно срібла. Попит на срібло був дуже великий. Заворушення та повстання у 1857 р. примусило англійців вести війну в Індії. Витрати на неї спричинили велику потребу в рупіях, які купували на англійські гроші. Тому рупія стала дорогою, ціна срібла сягнула 61,5–62 пенсів за унцію [7].

До 1871 р. співвідношення між цінами дорогоцінних металів мало незначні коливання. Англія була майже єдиною країною із золотою валютою у Європі, тому важко було вимірювати курс англійської валюти відносно тих країн, де панувала срібна валюта [8]. З 1871 р. та, особливо з 1876 р. таке положення різко змінилося. Німеччина, Скандинавія, Голландія перейшли до золотої валюти. У 1876 р. Франція відмовилася від карбування срібла, тобто від біметалевої системи. З 1893 р. Індія зупинила приймання срібла до монетного двору. Рупія понизилася до 15 пенсів а потім впала до 13 пенсів [8, с.490]. Знецінення рупії сприяло тому, що в Індії надзвичайно зросла потреба у англійських грошах. Необхідно було сплачувати проценти по індійському державному боргу. Також необхідно було сплачувати пенсії англійським офіцерам і чиновникам, які служили в Індії. Попит на золото так збільшився, що його величезний видобуток в Австралії а потім і в Африці неспроможний був здешевити його відносно срібла. Срібло знецінювалося безперервно. Наприкінці XIX ст. ціна за унцію срібла складала 22 пенси [8].

Середньорічний видобуток срібла зростав з 905 т. у 1856–1860 рр. до 2450 т. у 1876–1880 рр. і до 5205 т. у 1896–1900 рр. Водночас зменшився попит на срібло в Індії. Якщо за 1856–1860 рр. воно щорічно ввозилося у середньому 1077,38 т. на рік, то за 1871–1875 рр. тільки 327,6 т., а у 1896–1900 рр. повернулося до 1002,2 т. на рік. З середини 50-х років до середини 60-х років XIX ст. до Індії повернулося більше срібла ніж було видобуто за той самий час, а в останні роки XIX ст. Індія прийняла біля 20% срібла видобутого в усьому світі. На початку XX ст. з боку Індії та Японії знову з'явився великий попит на срібло і ціна його у Лондоні зросла від 21,6 пенсів за унцію у 1902 р. до 33 пенсів у 1906 р. [9].

Перехід багатьох держав від срібної валюти до золотої повинен був спричинити зростання видобутку золота. Воно більш придатне для металевої валюти ніж срібло. Тому за останні десятиліття XIX ст. господарства країн охоче приймали величезну кількість золота, яке постачалося компаніями. Одночасно з цим слабшала потреба у сріблі як матеріалі для грошей. Протягом тривалого часу європейські держави звикли до того, що один фунт золота купує 15,5 фунтів срібла. Неможливо було сподіватися, що такий паритет зберігатиметься в умовах переходу багатьох країн до золотої валюти. Отже вважалося, що більша стійкість цінності срібла відносно золота може бути досягнута з переходом європейських країн до подвійної грошової системи [8].

Економісти пропонували два шляхи такого переходу: впровадження в найбільш великих державах вільного карбування срібних монет, або шляхом складання угоди поміж Європейськими державами про міжнародну подвійну валюту. Перший шлях не був вигідним для держав із золотою валютою, так як вони не мали гарантій, що відповідним чином будуть діяти інші країни. Отож повернення належних прав сріблу було можливо шляхом міжнародної угоди. Якби з'явилася така можливість, постало б питання про встановлення ціннісного співвідношення золота і срібла. Чим нижче визначалася би цінність срібла відносно золота (наприклад, 1 до 25), тим легше було би скоротити подальший видобуток срібла. Деякі економісти вважали, що міжнародна угода могла би бути досягнута тим легше,

чим дешевше було би срібло. Якби таке співвідношення було би встановлено, то коливання цін вже не було би таким значним. Якщо коливання цін обох металів можливі, тоді потрібно час від часу перевіряти і корегувати курс [9].

Багато економістів XIX ст. були прибічниками біметалізму і обговорювали умови за якими можна утримати золоту і срібну валюти одночасно. Для досягнення цієї мети пропонувалися різні заходи. Наприклад, вони радили розширити межі вжитку срібла шляхом використання повноцінних срібних монет замість золотих монет і банківських кредитних білетів в країнах із золотою валютою. Для цього потрібно вилучити низькопробну срібну монету і замінити її повноцінною монетою, вартість металу якої наближалася би до її номінальної цінності. Дехто з економістів пропонували утопічні заходи щодо збереження цінності срібної монети, навіть такої, яка ще збереглася в грошовому обігу в умовах золотої валюти. При цьому, вони посилалися на досвід Німеччини, де срібло не виштовхувалося з обороту. Це, на думку автора, пояснюється тим, що в грошовому обороті Німеччини була помірна кількість срібних монет, яка відповідала потребам самого грошового обігу. Але міжнародні угоди на такому фундаменті будувати неможливо. Крім цього, деякі економісти пропонували здешевити грошовий обіг шляхом вилучення дрібних золотих монет, а розрахунки проводити золотими зливками при здійсненні крупних угод. Крім того, штучно підвищити цінність золота через впровадження спеціального податку на ювелірні золоті вироби. На їхній погляд такі часткові заходи повинні були згладити гострі кути при переході до двометалевої валюти. Але єдиною країною, яку можна було схилити до біметалізму була Англія з її колоніями, у переважній більшості яких панувала срібна валюта. Решта європейських країн переходили до золотої валюти і ідеї щодо впровадження подвійної валюти не сприймали [9].

Отже з 70-х років XIX ст. у Європі з'явилося багато прихильників однорідної грошової системи для усіх країн. Таке об'єднання, на їхню думку, повинно було проявитися в карбуванні рівноцінних монет усіма державами. Для обговорення цього важливого питання збиралися міжнародні конференції у Парижі в 1878 та 1881 рр., а також у Брюсселі наприкінці 1892 р. [8]. Учасники конференції відмовилися від думки про впровадження подвійної валютної системи. Вони з'ясовували способи за якими доцільно надати сріблу більше місця для дрібного, тобто споживчого обороту. Серед багатьох проєктів, які були презентовані на Брюссельській конференції, привертати до себе увагу пропозиції Ротшильда і Леві. Ротшильд запропонував штучно підняти ціну срібла з 33 пенсів до 41 пенсу за унцію. Для цього, на його думку, європейські держави повинні щорічно скупати срібло на 125 млн. франків, а США на 250 млн. франків до тих пір, поки ціна срібла не зросте до належного рівня. Але така пропозиція була відхилена у зв'язку із значними витратами [8]. Пропозиція Леві була менш витратною. Він пропонував замінити в обігу золоті монети і кредитні гроші на повноцінну срібну монету для здійснення дрібних платежів, які не перевищують 12,5 франків. Така пропозиція була прийнятною для країн, де запаси срібної монети були великі. Але, якщо у Франції срібна монета складала 44% цінності металевих грошей, в Німеччині 25%, то в Італії усього 8%. Отже на конференціях з'ясувалася неможливість реального здійснення будь-якого із запропонованих проєктів.

Висновки і перспективи подальших розробок. Зміни вартісного паритету золота та срібла протягом усього XIX ст. спричинили зростання суперечностей у здійсненні світового грошового обігу. Збільшення міжнародного товарного обміну, тобто міжнародної торгівлі, потребувало величезного зростання дорогоцінних монетних металів для карбування монет, що почало перетворюватися на непід'ємну справу. Ситуацію не врятував навіть перехід усіх країн до золотомонетного стандарту наприкінці XIX ст. і збереження срібла для карбування дрібної монети із приблизно співвідносною цінністю за вмістом срібла. Штучні суперечності і труднощі додавала світова банківська система, яка була зацікавлена у розвитку паперових кредитних грошей. Вказані суперечності системи металевих грошей призвели до колапсу і скасування золотомонетного стандарту в липні 1914 р. У світі визрівали нові ідеї та

фінансові умови для переходу валютних відносин до нового – золотозливкового, а потім і до золотодевізного стандарту, які також згодом були скасовані.

Протягом тривалого часу здавалося, що крах золотого стандарту остаточно вилучив золото із використання у валютних відносинах. Але новітня валютно-розрахункова політика Китаю, яка почала діяти у розрахунках за нафту з березня 2018 року вказує на початок повернення до використання золота у міжнародних розрахунках. Отже, виникають перспективи для подальших розробок проблем щодо використання валютних металів.

Література

1. Милль Д. С. *Основания политической экономии* / Пер. и примеч. Н. Г. Чернышевского. Санкт-Петербург, 1860. 664 с.
2. Смит А. *Исследование о природе и причинах богатства народов* / Пер. с англ. В. С. Афанасьева. М.: Эксмо, 2007. 957 с.
3. Рикардо Д. *Высокая цена слитков – доказательство обесценения банкнот* // Сочинения. Т. II. М.: Государственное издательство политической литературы, 1955. С. 45–103.
4. Рикардо Д. *Доклад комитета о высокой цене золотых слитков* // Сочинения. Т. II. М.: Государственное издательство политической литературы, 1955. С. 331–390.
5. Исаев А. А. *Начала политической экономии*. Санкт-Петербург, 1908. 806 с.
6. Марчелло де Чеко. *Золотой стандарт* // Экономическая теория. М.: ИНФРА, 2004. С. 394–412.
7. Keynes J. M. *Indian currency and finance*. In the collected writings of J. M. Keynes. Vol. 1. London: Macmillan, 1971.
8. Bloomfield A. I. *Monetary Policy under the International Gold Standard*. New York: Federal Reserve Bank of New York, 1959.
9. De Cecco M. *The International Gold Standard: money and empire*. 2nd ed. London: Frances Pinter, 1984.

References

1. Mill, J. S. (1860). *The foundations of political economy*. Trans. and note N. G. Chernyshevskiy [Osnovaniya politicheskoy ekonomii], Sankt-Peterburg, 664 s. [in Russian]
2. Smith, A. (2007). *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations* [Issledovanie o prirode i prichinakh bogatstva narodov], Eksmo, Moskva, 957 s. [in Russian]
3. Ricardo, D. (1955). *High price of bullion – evidence of the devaluation of banknotes* [Vysokaya tsena slitkov – dokazatelstvo obestseneniya banknot], Sochineniya, Gosudarstvennoe izdatelstvo politicheskoy literatury, Moskva, T. II, s. 45–103 [in Russian]
4. Ricardo, D. (1955). *Report of the Committee on the high price of gold bars* [Doklad komiteta o vysokoy tsene zolotykh slitkov], Sochineniya, Gosudarstvennoe izdatelstvo politicheskoy literatury, Moskva, T. II, s. 331–390 [in Russian]
5. Isaev, A. A. (1908). *The beginnings of political economy* [Nachala politicheskoy ekonomii], Sankt-Peterburg, 806 s. [in Russian]
6. De Cecco, M. (2004). *Gold standard* [Zolotoy standart], Ekonomicheskaya teoriya, INFRA, Moskva, s. 394–412 [in Russian]
7. Keynes, J. M. (1971). *Indian currency and finance*. In the collected writings of J. M. Keynes. Vol. 1, Macmillan, London.
8. Bloomfield, A. I. (1959). *Monetary policy under the International Gold Standard*. New York: Federal Reserve Bank of New York.
9. De Cecco M. (1984). *The International Gold Standard: money and empire*. 2nd ed. Frances Pinter, London.

Стаття надійшла до редакції 01.03.2018.

УДК 330.101.541:331.5

Марта Петрівна ПАНКОВЕЦЬ

кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та інформаційних технологій,
Львівський інститут ДВНЗ «Університет банківської справи», Україна,
e-mail: pankovetsmarta@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0984-8406>

Галина Іванівна БЕРЕГОВА

кандидат фізико-математичних наук, доцент кафедри економіки та інформаційних технологій,
Львівський інститут ДВНЗ «Університет банківської справи», Україна,
e-mail: gberegova@yahoo.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4535-2849>

**ДЕЯКІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМ ЗАЙНЯТОСТІ В
УМОВАХ РИНКОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

Панковець, М. П., Берегова, Г. І. Деякі аспекти дослідження проблем зайнятості в умовах ринкової трансформації економіки України // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць (ISSN 2313-4569); за ред. М. І. Зверякова (голов. ред.) та ін. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2018. № 1 (65). С. 16–23.

Анотація. У статті узагальнено найбільш вагомі чинники, що діють на зайнятість, та визначено найважливіші актуальні тенденції розвитку ринку праці в Україні. Досліджено конкретні залежності між рівнем зайнятості та чинниками, що на нього впливають. Запропоновано декілька економетричних моделей залежності рівня зайнятості від реальної заробітної плати, природного та механічного приростів населення, чисельності випускників вищих навчальних закладів, на підставі яких визначено кількісні оцінки параметрів впливу перерахованих чинників на рівень зайнятості. Обґрунтовано ключові позиції державної стратегії регулювання ринку праці в Україні. Виділено завдання для подолання негативних тенденцій на ньому. Проаналізовано ефективність державної політики в сфері зайнятості України. Вказано причини зниження ефективності державної політики зайнятості. Запропоновано деякі можливі заходи щодо поліпшення стану українського ринку праці.

Ключові слова: ринок праці; попит на працю; пропозиція праці; рівень зайнятості; впливи на рівень зайнятості окремих чинників; державна політика у сфері зайнятості; трудові ресурси; трудова міграція; безробіття; реальна заробітна плата; природний приріст населення; механічний приріст населення; рівень народжуваності; демографічна криза; чисельність випускників вищих навчальних закладів; економетричне моделювання; кореляційно-регресійний аналіз; критерій Фішера; критерій Стьюдента.

Марта Петровна ПАНКОВЕЦ

кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и информационных технологий,
Львовский институт ГВУЗ «Университет банковского дела», Украина,
e-mail: pankovetsmarta@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0984-8406>

Галина Ивановна БЕРЕГОВАЯ

кандидат физико-математических наук, доцент кафедры экономики и информационных технологий,
Львовский институт ГВУЗ «Университет банковского дела», Украина,
e-mail: gberegova@yahoo.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4535-2849>

**НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРОБЛЕМ
ЗАНЯТОСТИ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ
ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ**

Панковец, М. П., Береговая, Г. И. Некоторые аспекты исследования проблем занятости в условиях рыночной трансформации экономики Украины // Вестник социально-экономических исследований: сб. науч. трудов (ISSN 2313-4569); под ред. М. И. Зверякова (глав. ред.) и др. Одесса: Одесский национальный экономический университет. 2018. № 1 (65). С. 16–23.

Аннотация. В статье обобщены наиболее значимые факторы, действующие на занятость, и определены важнейшие актуальные тенденции развития рынка труда в Украине. Исследованы конкретные зависимости между уровнем занятости и факторами, влияющими на него. Предложено несколько эконометрических моделей

зависимости уровня занятости от реальной заработной платы, естественного и механического приростов населения, численности выпускников высших учебных заведений, на основании которых определены количественные оценки параметров влияния перечисленных факторов на уровень занятости. Обоснованы ключевые позиции государственной стратегии регулирования рынка труда в Украине. Выделены задания для преодоления негативных тенденций на рынке труда. Проанализирована эффективность государственной политики в сфере занятости Украины. Указаны причины снижения эффективности государственной политики занятости. Предложены некоторые возможные меры по улучшению состояния украинского рынка труда.

Ключевые слова: рынок труда; спрос на труд; предложение труда; уровень занятости; влияние на уровень занятости отдельных факторов; государственная политика в сфере занятости; трудовые ресурсы; трудовая миграция; безработица; реальная заработная плата; естественный прирост населения; механический прирост населения; уровень рождаемости; демографический кризис; количество выпускников высших учебных заведений; эконометрическое моделирование; корреляционно-регрессионный анализ; критерий Фишера; критерий Стьюдента.

Marta PANKOVETS

PhD in Economics, Associate Professor, Economics and Information Technologies Department,
Lviv Institute SHEI «University of Banking», e-mail: pankovetsmarta@gmail.com, Ukraine,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0984-8406>

Galyna BEREGOVA

PhD in Mathematics, Associate Professor, Economics and Information Technologies Department,
Lviv Institute SHEI «University of Banking», e-mail: gberegova@yahoo.com, Ukraine,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4535-2849>

SOME ASPECTS OF EMPLOYMENT PROBLEMS INVESTIGATION UNDER THE CONDITIONS OF UKRAINE'S ECONOMY MARKET TRANSFORMATION

Pankovets, M., Beregova, G. (2018). Some aspects of employment problems investigation under the conditions of Ukraine's economy market transformation. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Deiaki aspekty doslidzhennia problem zainiatosti v umovakh rynkovoï transformatsii ekonomiky Ukrainy; za red.: M. I. Zveriyakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; *Visnik social'no-ekonomichnih doslidzen'* (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 1 (65), pp. 16–23.

Abstract. The most important factors affecting employment are summarized, and the most important current trends of the labor market development in Ukraine are identified in the article. Concrete dependences between employment rate and factors, which influence it are investigated. There are several econometric models of the dependence of employment rate on real wages, natural and mechanical growth of population, the number of graduates of higher educational institutions, which are the basis for the determination of quantification of affecting parameters of mentioned above factors on the employment rate. Key positions of the state strategy of regulation of the labour market in Ukraine are justified. Tasks for overcoming of negative tendencies on it are identified. The paper analyzes the effectiveness of the state policy in the field of employment in Ukraine. Reasons for the reduction of the efficiency of the state policy of employment are specified. Some possible measures to improve the state of the Ukrainian labour market are proposed.

Keywords: labour market; demand for labour; labour supply; level of employment; impacts of individual factors on the employment rate; state employment policy; workforce; labour migration; unemployment; real wages; natural population growth; mechanical growth of the population; birth rate; demographic crisis; the number of graduates of higher educational institutions; econometric modelling; correlation and regression analysis; Fisher criterion; Student's test.

JEL classification: E240; J230

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сьогодні більшість наукових і публічних дискусій щодо стану і проблем української економіки та українського суспільства торкаються питань війни на Сході України, технологічної відсталості виробництва, хронічного гострого дефіциту бюджетних коштів, так само як інвестиційних ресурсів фірм і коштів домогосподарств, які не спроможні заощаджувати, а відтак формувати в національній економіці потенціал для її зростання, неефективної системи державного управління, враженої корупцією величезного масштабу, політики цін на енергоносії та політики

комунальних тарифів, щоденно зростаючого державного боргу. Разом з тим, донедавна вважалося, що трудовий потенціал, його кількісний і якісний склад, є відносно сильною стороною української економіки. Натомість статистичні дані за останні роки демонструють загрозливу тенденцію для ринку праці України. Процеси невинного старіння населення, а також безпрецедентні за період з 1991 року масштаби трудової міграції ставлять Україну на поріг демографічної кризи. За прогнозами ООН наступний перепис населення в Україні дасть результат близько 36 млн. осіб. Внутрішні проблеми українського ринку праці посилюють впливи світових тенденцій. Адже структура попиту на ньому швидко змінюється під впливом НТП, а трудові ресурси в Україні часто якісно не задовільняють сучасні вимоги. Виявляється щоразу більше диспропорцій між пропозицією праці та попитом на неї, невідповідностей між очікуваннями робочої сили щодо рівня оплати та умов праці та тим, що пропонують фірми. З іншого боку, та незначна частина фірм, що з'являється на українському ринку з сучасними технологіями та працює в системі міжнародних стандартів, не завжди знаходить кадри, що готові посісти робочі місця без попередньої перекваліфікації, стажувань тощо. Таким чином, актуальність досліджень саме в цій галузі зростає. У цій статті автори пропонують проаналізувати ситуацію на українському ринку праці в динаміці останніх років через призму показника рівня зайнятості та впливу на нього окремих чинників.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Для кожної держави трудові ресурси є фундаментом, на якому зростає її національна економіка. Саме цей чинник є рушійною силою, що здатна змагатися з інерційністю, розбалансованістю, відсталістю та іншими проблемами економічної системи. Питання, пов'язані з дослідженнями трудового потенціалу та особливостей функціонування ринку праці в Україні, вивчаються багатьма українськими вченими-економістами. До них належать: М. Бутко, С. Вовканич, О. Попело, А. Шахно, Б. Данилишин, М. Біль, А. Колот, П. Мазурок, В. Петюх, Н. Гаркавенко та ін. [1; 2]. У їх наукових працях значна увага приділяється вивченню сучасних умов функціонування сфери зайнятості в Україні; визначенню головних тенденцій її розвитку, а також з'ясуванню причин їх негативної динаміки; обґрунтуванню необхідності більш дієвого впливу держави на регулювання зайнятості та безробіття; пропонуються певні кроки для підвищення ефективності урядових дій із врахуванням досвіду держав, що пережили ринкові трансформаційні процеси.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Попри значну кількість наукових досліджень сфери зайнятості та ринку праці, недостатньо уваги приділяється вивченню конкретних залежностей між рівнем зайнятості та чинниками, що на нього впливають (до прикладу, рівень реальної заробітної плати, природний і механічний прирости населення, чисельність випускників вищих навчальних закладів) із застосуванням математичного інструментарію, який би дозволив розрахувати кількісні параметри цих залежностей.

У зв'язку з цим, авторами статті зроблено спробу не лише описати і проаналізувати найбільш актуальні проблеми, що стосуються зайнятості в українській економіці, але й довести певні функціональні залежності між окремими показниками, використовуючи методи економетричного моделювання.

Постановка завдання. Метою статті є: визначення найбільш значущих тенденцій, які сьогодні створюють впливи на стан ринку праці в Україні; побудова економетричних моделей, які математично описують залежності між рівнем зайнятості та рівнем реальної заробітної плати, природним і механічним приростами населення, чисельністю випускників вищих навчальних закладів; обґрунтування ключових позицій державної стратегії регулювання ринку праці в Україні та виділення завдань для подолання негативних тенденцій на ньому.

Виклад основного матеріалу дослідження. Економіка України сьогодні перебуває в кризових умовах, які пояснюються низкою причин як екзогенного, так і ендегенного характеру. У своєму загальному баченні макроекономічної ситуації автори виходять із того,

що наріжним каменем фундаментальних системних проблем національної економіки, незадовільних результатів її ринкового реформування, у тому числі повільних темпів демонополізації та впровадження конкурентних механізмів, є закладений у підвалинах державотворчих процесів після 1991 року курс на створення державно-олігархічної системи із автоматичним перенесенням колишніх компартійних еліт у сучасні політично-бізнесові та грабіжницькою програмою приватизації державного майна, яка в короткі терміни чітко поділила українське суспільство на дві полярні соціальні групи: мільйонери-власники та населення, чиї доходи постійно коливаються біля прожиткового мінімуму. Таким чином Україна впродовж двох десятиліть була і залишається полігоном для крупних нелегітимних економічних баталій, поділів і переділів ресурсів, що мають найвищу цінність, а її новостворені ринки функціонують в умовах, інституційно далеких від тих, які демонструє прогресивна світова спільнота. На тлі проблем загальнодержавного значення вирізняється ситуація із формуванням і розвитком вітчизняного ринку праці, які із самого початку залишаються спонтанними і майже нерегульованими процесами [3, с.205].

Для дослідження головних тенденцій, що характеризують сьогоднішній стан ринку праці в Україні, побудуємо та проаналізуємо кілька економетричних моделей, які допоможуть виявити й оцінити впливи деяких чинників на рівень зайнятості як найважливішого показника, що визначає стан ринку праці. Для подальшого аналізу візьмемо такі фактори, як рівень реальної заробітної плати, природний і механічний прирости населення в Україні, чисельність випускників вищих навчальних закладів. Ці чинники підібрані не випадково, адже, погіршення ситуації в сфері зайнятості на національному ринку праці пов'язане першочергово саме із ними. Падіння реальної заробітної плати, що означає зниження рівня життя і посилення негативних очікувань економічних суб'єктів, ставить їх перед неминучим вибором: на яких умовах створювати пропозицію праці на національному ринку і чи створювати її взагалі. Відтак прогнозованим продовженням цієї тенденції є зниження рівня народжуваності, старіння населення, що призводить до зменшення чисельності економічно активного населення. Зростаюча чисельність людей працездатного віку створює трудову міграцію, до того ж в останні роки чітко окреслилася тенденція до виїзду закордон на постійне проживання одразу сім'ями, на відміну від колишньої трудової міграції, коли один із членів сім'ї займався заробітчанством у більш розвинених сусідніх державах і пересилав доходи сім'ї в Україні. Відмінним в останні роки стало також зростання не лише трудової, але й освітньої міграції, тобто значна частина української молоді ще на шкільних лавах робить вибір не на користь української системи вищої освіти та цілком усвідомлено й виважено виїжджає навчатися закордон із тим, щоб не повертатися на український ринок праці.

При проведенні кількісного аналізу впливу на рівень зайнятості перерахованих вище чинників доцільним є використання відносних показників. Введемо такі позначення: X_1 – реальна заробітна плата у динаміці (наростаючим підсумком із 2000 року), у грн.; X_2 – відносна величина природного приросту населення (до загальної кількості наявного населення), у %; X_3 – відносна величина механічного приросту населення (до загальної кількості наявного населення), у %; X_4 – відносна величина кількості випускників ВНЗ (до загальної кількості наявного населення), у %.

Для моделювання використано статистичні дані за 2001–2016 рр. (табл. 1), отримані з офіційних інформаційних джерел [4–6] та оброблені авторами відповідно до потреб дослідження. Дані за 2017 рік не увійшли до розрахунків через відсутність повної достовірної інформації та відмінності в базах, охоплених збором статистичних даних, що зробило б порівняння некоректним.

З метою виокремлення найсуттєвіших чинників, які впливають на рівень зайнятості, авторами було побудовано декілька економетричних моделей з різним складом факторів (рівень реальної заробітної плати, природний і механічний прирости населення в Україні, чисельність випускників вищих навчальних закладів). Для згладжування даних та вирівнювання їх розмірності в моделях використовувалася змінна логарифму від реальної заробітної плати.

Таблиця 1

Вибірка статистичних даних для економетричного моделювання
(розроблено авторами на підставі [4–6])

Період	$\hat{Y}$, у %	X_1 , у грн.	X_2 , у %	X_3 , у %	X_4 , у %
2001	55,4	293,1197	-0,75527	-0,3111	0,639369
2002	56	356,5218	-0,75159	-0,06975	0,736115
2003	56,2	404,8675	-0,74328	-0,05041	0,867854
2004	56,7	460,4084	-0,70135	-0,01596	0,663973
2005	57,7	570,2309	-0,75274	0,009729	0,787634
2006	57,9	659,9366	-0,63436	0,030258	0,881322
2007	58,7	734,5279	-0,62213	0,036016	1,004158
2008	59,3	802,8682	-0,52596	0,032131	1,089435
2009	57,7	754,5181	-0,42086	0,02904	1,142734
2010	58,4	816,4028	-0,43622	0,035028	1,182909
2011	59,1	918,5616	-0,35388	0,037354	1,157311
2012	59,6	1057,003	-0,31205	0,135426	1,141044
2013	60,2	1135,095	-0,34839	0,070028	1,064912
2014	56,6	963,5533	-0,36631	0,046447	0,892436
2015	56,7	721,0333	-0,42628	0,021547	0,8712
2016	56,3	890,85	-0,43638	0,024836	0,745384

Спочатку побудуємо регресійну модель, яка оцінює залежність рівня зайнятості від реальної заробітної плати, природного та механічного приростів населення та кількості випускників ВНЗ:

$$\hat{Y} = 23,69 + 3,88 \ln(X_1) - 6,85X_2 - 2,16X_3 + 5,42X_4. \quad (1)$$

Ця модель є якісною за критерієм Фішера та має досить високий коефіцієнт детермінації $R^2 = 0,8065$. Проте аналіз статистичної значимості параметрів моделі засвідчує, що при рівні значимості 0,05 параметри при змінних $\ln(X_1)$, X_2 та X_4 будуть статистично значимі, а параметр при змінній X_3 – статистично незначущий. Це означає, що реальна заробітна плата, кількість випускників ВНЗ та природний приріст населення дійсно мають суттєвий вплив на рівень зайнятості. Механічний приріст населення згідно з моделлю менше впливає на $\hat{Y}$. Перевірка моделі на мультиколінеарність показала її існування між парами змінних X_2 і $\ln(X_1)$ та X_3 і $\ln(X_1)$. Відтак висновки щодо статистичної незначущості механічного приросту населення можуть бути спричинені саме цим явищем.

Враховуючи отримані результати, для покращення моделі (1) вилучимо з розгляду фактор механічної міграції та отримаємо таку модель:

$$\hat{Y} = 28,455 + 3,226 \ln(X_1) - 6,15X_2 + 5,265X_4. \quad (2)$$

В отриманій моделі досить високий коефіцієнт детермінації $R^2 = 0,802$, що свідчить про те, що 80,2% зміни рівня зайнятості пояснюється включеними в модель факторами впливу величини реальної заробітної плати в динаміці, частки кількості випускників ВНЗ та природного приросту населення. Модель є якісною за критерієм Фішера і в ній відсутня автокореляція залишків. Аналіз t -статистик для параметрів моделі за критерієм Стюдента:

$$t_{cm}^0 = 3,48; \quad t_{cm}^1 = 2,91; \quad t_{cm}^2 = -2,39; \quad t_{cm}^4 = 3,58 \quad \text{при} \quad t_{\text{дв.кр.}}(0,05; 12) = 2,18.$$

дозволяє зробити висновок про статистичну значимість всіх параметрів моделі (2). Отже, реальна заробітна плата, кількість випускників ВНЗ та природний приріст населення дійсно мають суттєвий вплив на рівень зайнятості та обґрунтовано включені в модель.

Зауважимо, що після 2014 року статистичні дані наводяться без урахування Автономної республіки Крим і частини Донецької та Луганської областей. За допомогою

введення фіктивної змінної зробимо спробу коректування цих змін. Отже, введемо додатково фіктивну змінну D , яка рівна 0 у період 2001–2013 рр., та 1 у період 2014–2016 рр. Тоді отримуємо таку регресійну модель:

$$\hat{Y} = 32,75 + 3,767 \ln(X_1) - 1,28X_2 + 0,108X_4 - 2,26D. \quad (3)$$

Ця модель є якісною та має високий коефіцієнт детермінації $R^2 = 0,933$, який свідчить про те, що 93,3% зміни рівня зайнятості пояснюється зміною величини реальної заробітної плати в динаміці, кількості випускників ВНЗ та природного приросту населення. Проте за критерієм Стюдента статистично значимими є лише параметри при змінній, що описує реальну заробітну плату та фіктивній змінній.

Отже, на підставі останньої моделі ми можемо зробити висновок, що найвагомішим чинником, який впливає на рівень зайнятості є реальна заробітна плата у динаміці. Також проведене економетричне моделювання визначає, що після 2014 року відбулися суттєві зміни на ринку праці, і в теперішніх умовах вплив природного приросту населення та кількості випускників ВНЗ не є настільки суттєвими, як це було до 2014 року.

Зауважимо, що знайдені оцінки параметрів моделі (3) мають таку економічну інтерпретацію: при незмінних інших факторах збільшення величини X_1 – реальної заробітної плати на 1% призведе до росту рівня зайнятості приблизно на 0,038%; збільшення частки природного приросту населення на 1% може привести до зменшення рівня зайнятості на 1,28%, а при збільшенні частки кількості випускників ВНЗ на 1% рівень зайнятості збільшуватиметься на 0,108%. Оскільки побудована модель (3) має високий коефіцієнт детермінації (більший за 0,9), її можна використовувати для прогнозування зміни величини рівня зайнятості залежно від зміни реальної заробітної плати, кількості випускників ВНЗ та приросту населення.

Таким чином, побудовані економетричні моделі доводять, що зниження рівня зайнятості спричинене конкретними чинниками, серед яких найбільш впливовим є рівень реальної заробітної плати. Також можна стверджувати, що природний і механічний прирости населення, чисельність випускників ВНЗ теж позначаються на рівні зайнятості. У цьому контексті важливо зосередити максимальну увагу на формуванні високоефективної державної стратегії підтримки зайнятості, яка б враховувала причини зниження її рівня. Вважаємо, що передусім варто зосередитися на таких завданнях:

1. Необхідно переглянути відповідність законодавчо встановлених розмірів мінімальної заробітної плати та прожиткового мінімуму до реальних цін та тарифів у споживчому секторі. Сьогоднішня ситуація є незадовільною, оскільки вона ставить в умови виживання працюючого фахівця, докорінно нівелює різницю між кваліфікованою і некваліфікованою працею, створює економічно необґрунтовані преференції для зайнятих у окремих державних службах, що видно по тому, як різко продиференційовані доходи різних професійно-посадових груп – від кількох до кількох сот тисяч гривень щомісяця.
2. Вимагає вдосконалення механізм державної підтримки фірм, що зорієнтовані на створення вакансій для безробітних і молодих фахівців. З цією метою можна розглянути варіант створення системи по наданню пільг та субсидій роботодавцям, які займалися б перепідготовкою та навчанням потенційних працівників та надавали перші робочі місця молоді [3, с.212].
3. Український ринок праці характеризується високим рівнем використання нелегалізованої праці. Надмірний податковий тиск вимушує частину фірм приховувати реальні масштаби зайнятості й реальні розміри виплат заробітної плати. Для вирішення проблеми із неформальною зайнятістю варто передусім зменшити навантаження на фонд заробітної плати, що мало б сприяти переходу працівників до формального сектора зайнятості.
4. Держава має стимулювати підприємницьку діяльність, особливо малий та середній бізнес, які створюють найбільшу кількість робочих місць. У цьому питанні українську економіку не можна назвати благополучною, оскільки, як уже згадувалося, вона дотепер характеризується високим рівнем монополізованості. Створена економічна система

дозволяє вилучати надприбутки в сировинних галузях, відтак олігархічні капітали використовуються саме там і не допускають через потужне лоббі в державному апараті появи конкуренції. Що стосується підприємництва в тих галузях, які мали б насичувати ринки споживчих товарів і послуг, то його становище істотно ускладнене хронічним дефіцитом обігових коштів, нестабільністю валютного курсу, високими темпами інфляції, ризиками співпраці з кредитними установами, високим рівнем оподаткування. У цьому зв'язку видається архіважливим зламати таку неадекватну до вимог суспільства ринкову структуру, що може відбутися тільки за умов щораз більшої та глибшої заінтегрованості в міжнародні ринки, співпрацю з іноземним сектором, створення прозорих рівних конкурентних умов для всіх учасників ринку.

5. Важливим для підвищення рівня зайнятості є процес децентралізації владних повноважень. У вирішенні проблем місцевих ринків праці мають брати активну участь територіальні громади. При цьому йдеться не просто про передачу управлінських функцій із державного рівня на місцевий, а функціональну конвергенцію, що базується на інноваційних підходах, притаманних країнам-членам ЄС [7, с.9]. Такі підходи мають враховувати й нетрадиційні форми зайнятості, як-от: надомна праця, праця за викликом, тимчасова зайнятість, дистанційна зайнятість тощо.
6. Для відновлення професійно-кваліфікаційного балансу на ринку праці варто запровадити на державному рівні прогнозування попиту на робочу силу в професійному розрізі, що досягається складанням балансів між пропозицією робочої сили та попитом на неї [8, с.237]. Це водночас дозволило б регулювати чисельність молодих фахівців, що здобувають освіту за певним напрямком. Держава має впливати на вибір професій через фінансування тих напрямів підготовки, які є перспективними, а відповідні ринки праці дефіцитними.
7. Понад усі вище згадані завдання для поліпшення умов ринку праці в Україні необхідно досягти довгострокової політичної та соціально-економічної стабільності. Адже вплив на рівень зайнятості чинників, досліджених у цій статті, загострюється саме в умовах кризи та макроекономічної нестабільності останніх років.

Висновки і перспективи подальших розробок. У результаті опрацювання масиву статистичних даних, а також узагальнення теоретичного матеріалу, що містить дослідження сфери зайнятості, автори дійшли висновку, що зниження рівня зайнятості на українському ринку праці пояснюється передусім зменшенням реальної заробітної плати. Істотні впливи створюють також від'ємний природний приріст населення і чисельність випускників вищих навчальних закладів. Тенденції до зниження рівня народжуваності та зменшення чисельності випускників вищих навчальних закладів посилюються від 2014 року із зниженням рівня життя населення і зростання масштабів освітньої міграції. Щодо впливу трудової міграції, то його дослідити найважче, оскільки подані офіційними джерелами статистичні дані охоплюють всі міграційні процеси, які відбулися з дотриманням необхідних формальних процедур. Загальна міграція включає також дітей. У той час трудова міграція з України здебільшого має прихований характер, тому достовірні дані, які б демонстрували динаміку процесу трудової міграції, відсутні. Однак очевидно, що український ринок праці поступово позбувається найбільш ініціативної частини економічно активного населення.

Тенденції, описані впливами досліджуваних чинників на рівень зайнятості, потребують виваженого і дієвого державного регулювання. Сьогодні політика праці в Україні не зорієнтована на збереження трудового потенціалу країни. Реформування національної економіки має містити як невід'ємну складову формування ефективної політики зайнятості, яка враховувала б успішний досвід інших країн, у тому числі й постсоціалістичних, і стала ще одним кроком у напрямку наближення української економіки до європейських стандартів.

Поставлена у статті проблема має багатий потенціал для подальших наукових досліджень. Зокрема потребує продовження з'ясування впливів на сферу зайнятості трудової міграції. Доцільним є більш глибоке вивчення зарубіжного досвіду регулювання процесів

відтоку економічно активного населення і можливостей його застосування в сучасних умовах української економіки. Використання апарату економетричного моделювання посилить значущість проведених наукових пошуків та дозволить дати більш точну оцінку виявлених залежностей.

Література

1. Толуб'як В. С. Основні питання державного регулювання зайнятості населення в дослідженнях українських науковців // *Інвестиції: практика та досвід*. 2014. № 18. С. 183–187.
2. Біль М. М. Інституціональні передумови європейського вектору розвитку ринку праці в Україні // *Регіональна економіка*. 2016. № 3. С. 128–134.
3. Шахно А. Ю., Третяк Н. А. Сучасні проблеми формування та розвитку ринку праці України в кризових умовах // *Формування ринкових відносин в Україні*. 2015. № 3. С. 205–212.
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Міграція як чинник розвитку в Україні. URL: <http://www.iom.org.ua> (дата звернення: 12.01.2018).
6. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: <https://index.minfin.com.ua> (дата звернення: 25.01.2018).
7. Бутко М. П., Попело О. В. Інституціональні засади модернізації сфери зайнятості в умовах децентралізації владних повноважень // *Регіональна економіка*. 2016. № 4. С. 6–14.
8. Гаркавенко Н. О. Регулювання ринку праці // *Формування ринкових відносин в Україні*. 2014. № 11. С. 236–239.

References

1. Tolubiak, V. (2014). The main questions of the state regulation of employment of the population in studies of Ukrainian scientists [Osnovni pytannia derzhavnoho rehuliuvannia zainiatosti naseleennia v doslidzhenniakh ukrainskykh naukovtsiv], *Investytsii: praktyka ta dosvid*, No. 18, s. 183–187 [in Ukrainian]
2. Bil, M. (2016). Institutional prerequisites for the European vector of labor market development in Ukraine [Instytutsionalni peredumovy yevropeiskoho vektoru rozvytku rynku pratsi v Ukraini], *Rehionalna ekonomika*, No. 3, s. 128–134 [in Ukrainian]
3. Shakhno, A., Tretiak, N. (2015). Modern problems of formation and development of the Ukrainian labor market in crisis conditions [Suchasni problemy formuvannia ta rozvytku rynku pratsi Ukrainy v kryzovykh umovakh], *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini*, No. 3, s. 205–212 [in Ukrainian]
4. Official website of the State Statistics Service of Ukraine [Ofitsiinyi sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy], available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian]
5. Migration as a factor in development in Ukraine [Mihratsiia yak chynnyk rozvytku v Ukraini], available at: <http://www.iom.org.ua> [in Ukrainian]
6. Official website of the Ministry of Finance of Ukraine [Ofitsiinyi sait Ministerstva finansiv Ukrainy], available at: <https://index.minfin.com.ua> [in Ukrainian]
7. Butko, M. (2016). Institutional foundations of the modernization of the employment sphere in the conditions of decentralization of power authority [Instytutsionalni zasady modernizatsii sfery zainiatosti v umovakh detsentralizatsii vladnykh povnovazhen], *Rehionalna ekonomika*, No. 4, s. 6–14 [in Ukrainian]
8. Harkavenko, N. (2014). Regulation of the labor market [Rehuliuvannia rynku pratsi], *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini*, No. 11, s. 236–239 [in Ukrainian]

УДК 316.42

Юрій Іванович ПИЛИПЕНКО

доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економічної теорії та міжнародних економічних відносин, ДВНЗ «Національний гірничий університет», Україна,
e-mail: pylypenkoyi@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4772-1492>

Дар'я Дмитрівна АЛЕКСЕЄНКО

здобувач кафедри економічної теорії та міжнародних економічних відносин,
ДВНЗ «Національний гірничий університет», e-mail: darya.lesiv@gmail.com, Україна,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8807-2858>

**СОЦІАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ЯК ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОГО
РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА**

Пилипенко, Ю. І., Алексєєнко, Д. Д. Соціальний капітал як чинник економічного розвитку суспільства // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць (ISSN 2313-4569); за ред. М. І. Зверькова (голов. ред.) та ін. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2018. № 1 (65). С. 24–34.

Анотація. У статті розглянуто спільне та особливе в теоретико-методологічних підходах до дослідження сутності соціального капіталу основоположників даної теорії П. Бурдьє, Дж. Коулмана та Р. Патнама. Підкреслено, що незважаючи на різний об'єкт дослідження і наявність специфіки аналізу функціональних форм соціального капіталу, для всіх трьох підходів характерне бачення цього феномена як уособлення соціальних взаємовідносин, які приносять індивідуальну, або суспільну вигоду. Розкрито залежність соціально-економічного розвитку суспільства від якості соціального капіталу. Запропоновано розглядати соціальний капітал як ресурс, за рахунок якого формуються та розповсюджуються нові, більш ефективні інститути. Розкрито сутність громадянського суспільства та його вплив на економічні процеси. Виокремлено необхідні передумови формування громадянського суспільства та визначено його особливості розвитку в Україні та інших країнах світу. Показано взаємозв'язок між соціальним капіталом і громадянським суспільством. Проаналізовано показники індексів стійкості організацій громадянського суспільства, верховенства закону, рівнів демократії та довіри політикам як індикаторів розвитку громадянського суспільства та соціального капіталу по окремих країнах. Підкреслено необхідність покращення стану соціальної взаємодії та довіри задля пришвидшення виходу нашої країни із затяжної соціально-економічної та політичної кризи. Запропоновано напрями активізації соціально-політичної діяльності громадян та окреслено можливості використання поняття соціального капіталу при дослідженні ефективності інституціональних реформ в Україні.

Ключові слова: соціальний капітал; соціально-економічний розвиток; громадянське суспільство; індикатори розвитку громадянського суспільства; індекси соціального капіталу; інституціональні реформи.

Юрий Иванович ПИЛИПЕНКО

доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономической теории и международных экономических отношений, ГВУЗ «Национальный горный университет», Украина, e-mail: pylypenkoyi@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4772-1492>

Дарья Дмитриевна АЛЕКСЕЕВНА

соискатель кафедры экономической теории и международных экономических отношений,
ГВУЗ «Национальный горный университет», Украина, e-mail: darya.lesiv@gmail.com,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8807-2858>

**СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО
РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА**

Пилипенко, Ю. И., Алексеенко, Д. Д. Социальный капитал как фактор экономического развития общества // Вестник социально-экономических исследований: сб. науч. трудов (ISSN 2313-4569); под ред. М. И. Зверькова (глав. ред.) и др. Одесса: Одесский национальный экономический университет. 2018. № 1 (65). С. 24–34.

Аннотация. В статье рассмотрено общее и особенное в теоретико-методологических подходах к исследованию сущности социального капитала основоположников данной теории П. Бурдьё, Дж. Коулмана и Р. Патнама. Подчеркнуто, что несмотря на разный объект исследования и наличие специфики анализа

функциональных форм социального капитала, для всех трех подходов характерно видение этого феномена как олицетворения социальных взаимоотношений, которые приносят индивидуальную или общественную выгоду. Раскрыта зависимость социально-экономического развития общества от качества социального капитала. Предложено рассматривать социальный капитал как ресурс, за счет которого формируются и распространяются новые, более эффективные институты. Раскрыта сущность гражданского общества и его влияние на экономические процессы. Выделены необходимые предпосылки формирования гражданского общества и определены его особенности развития в Украине и других странах мира. Показана взаимосвязь между социальным капиталом и гражданским обществом. Проанализированы показатели индексов устойчивости организаций гражданского общества, верховенства закона, уровней демократии и доверия политикам как индикаторов развития гражданского общества и социального капитала по отдельным странам. Подчеркнута необходимость улучшения состояния социального взаимодействия и доверия для ускорения выхода нашей страны из затяжного социально-экономического и политического кризиса. Предложены направления активизации социально-политической деятельности граждан и обозначены возможности использования понятия социального капитала при исследовании эффективности институциональных реформ в Украине.

Ключевые слова: социальный капитал; социально-экономическое развитие; гражданское общество; индикаторы развития гражданского общества; индексы социального капитала; институциональные реформы.

Yuriy PYLYPENKO

Doctor of Economics, Professor, Head of Economic Theory and International Economic Relations Department, National Mining University, Ukraine, e-mail: pylypenkoyi@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4772-1492>

Darya ALEKSEENKO

Applicant of Economic Theory and International Economic Relations Department, National Mining University, Ukraine, e-mail: darya.lesiv@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8807-2858>

SOCIAL CAPITAL AS A FACTOR OF ECONOMIC DEVELOPMENT OF SOCIETY

Pylypenko, Yu., Alekseenko, D. (2018). Social capital as a factor of economic development of society. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Sotsialnyi kapital yak chynnyk ekonomichnoho rozvytku suspilstva; za red.: M. I. Zveriakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; *Visnik social'no-ekonomichnih doslidzen'* (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 1 (65), pp. 24–34.

Abstract. The article deals with the commonalities and particularities in theoretical and methodological approaches to studying the essence of social capital of the founders of this theory P. Bourdieu, J. Coleman and R. Putnam. It is emphasized that despite the different object of research and the availability of specific features of the analysis of functional forms of social capital, the vision of this phenomenon as a personification of social relationships that bring an individual or public benefit are common for all three approaches. The dependence of socio-economic development of society on the quality of social capital is revealed. It is proposed to consider social capital as a resource, through which new more effective institutions are formed and distributed. The essence of civil society and its influence on economic processes are revealed. The necessary prerequisites for the formation of civil society are identified and peculiarities of its development in Ukraine and other countries are determined. The relationship between social capital and civil society is shown. The indexes of sustainability of civil society organizations, rule of law, levels of democracy and confidence in politicians as indicators of the development of civil society and social capital in individual countries are analyzed. The necessity of improving the state of social interaction and trust is emphasized in order to accelerate our country's exit from a protracted socio-economic and political crisis. The directions of revitalization of social and political activity of citizens are offered and the possibilities of using the notion of social capital in the study of the effectiveness of institutional reforms in Ukraine are outlined.

Keywords: social capital; socio-economic development; civil society; indicators of civil society development; social capital indexes; institutional reforms.

JEL classification: O170

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сучасний стан соціально-економічного розвитку України вимагає пошуку шляхів подолання тих економічних,

соціальних, політичних та інших суперечностей, які значною мірою загострилися в країні останніми роками. Розбудовуючи засади нового демократичного суспільства ліберального зразка, в якому провідну роль відіграє приватна власність, а регулювання економіки здійснюється переважно за рахунок ринкових регуляторів, наша країна дуже довго йшла шляхом імплементації у вітчизняний економічний і політичний простір інститутів, які продемонстрували високу ефективність у розвинених країнах світу. Як показала практика, цей шлях виявився хибним. Різні історичні умови розвитку, національна специфіка, особливості суспільної свідомості постійно відхиляли реальну модель суспільства від ідеалу, провокуючи конфлікт формальних і неформальних інститутів. Поступово прийшло розуміння, що економічні успіхи країн визначаються не тільки наявними ресурсами, технологіями та іншими суто економічними факторами, але й залежать від культурної складової – цінностей, які поділяють люди, їх соціальних взаємозв'язків, а також норм, що регулюють відносини у різних сферах суспільної діяльності.

Як було доведено представниками теорії суспільного вибору, держава, яка має за мету регулювати недоліки ринку, сама не позбавлена «провалів» – бюрократизації, корупції, опортуністичної поведінки чиновників. Ці негативні наслідки діяльності держави є суттєвою перешкодою на шляху стабільного розвитку суспільства. Реалії свідчать про те, що в умовах відсутності культури громадянської участі й цінностей суспільної взаємодії, бюрократія як корпоративне об'єднання чиновників вищого ешелону влади прагне до монопольного становища в державі, придушуючи й обмежуючи при цьому сферу автономії та самодіяльності суб'єктів громадянського суспільства. Саме тому стає важливим формування у суспільстві достатньої величини соціального капіталу.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Розуміння того, що успішність у проведенні соціально-орієнтованих економічних та політичних реформ переважно зумовлюється ступенем розповсюдження в країні довіри до основних інститутів, орієнтацією сформованих у суспільстві ціннісних норм на згуртованість та взаємодопомогу, формування позитивного іміджу бізнесу тощо, суттєво активізувало дослідження з проблематики соціального капіталу у вітчизняній економічній науці. У роботах В. Гєєця [1], О. Грішнєвої [2], колективній монографії «Соціальний капітал України: теоретико-методологічні основи формування», виданій у Раді з вивчення продуктивних сил України НАН України [3], Т. Шаповалової [4] та інших, розглядаються теоретико-методологічні основи дослідження сутності соціального капіталу, підходи до моделювання стратегій його трансформації в умовах України. Достатньо активно розглядаються також аспекти взаємозв'язку процесів формування соціального капіталу та становлення і розвитку громадянського суспільства. Так, у роботах В. Степаненко представлено аналіз соціального капіталу в історичному контексті розвитку постсоціалістичних країн та досліджено його зв'язок з проблемами формування громадянської ідентичності та стану громадянського суспільства в Україні [5]. А. Колодій вважає соціальний капітал ознакою зрілості та ефективності громадянського суспільства, а також тим його основним продуктом, який забезпечує вплив останнього на інші сфери суспільного життя [6]. Роботи Я. Жаліло розширюють розуміння функціональної ролі соціального капіталу через його представлення у якості фактора зростання конкурентоспроможності економіки [7].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на велику увагу до соціального капіталу у вітчизняній та світовій економічній думці, багато аспектів цієї наукової проблеми ще належним чином не вирішено. Так, залишається дискусійним саме розуміння сутності соціального капіталу, немає одностайності щодо кількісної його оцінки, відсутні загальновизнані методологічні підходи до його вивчення тощо. Недостатньо обґрунтованими є причинно-наслідкові зв'язки, на яких ґрунтується взаємодія феномену соціального капіталу з економічною та іншими системами суспільства. У цьому відношенні важливим для економічної науки є з'ясування різноманітних характеристик соціального капіталу, які з різних сторін враховують суспільні взаємодії та впливають на соціально-економічний розвиток суспільства.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз теоретико-методологічних підходів до дослідження соціального капіталу, визначення залежності соціально-економічного розвитку суспільства від якості соціального капіталу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вперше на сутнісному рівні категорія «соціальний капітал» була досліджена соціологом П. Бурд'є, який під ним розумів «сукупність реальних і потенційних ресурсів, що пов'язані із включенням в стійкі мережеві або більш-менш інституціоналізовані відносини взаємних зобов'язань або визнання» [8, с.66]. Вчений виходить із уявлення про спрямованість всіх дій людини на максимізацію матеріальних і символічних вигід. Функціонуючи у різних полях суспільної організації (економіки, науки, релігії, мистецтва тощо), суб'єкти ведуть боротьбу за своє соціальне положення, сенс життя і легітимність. Відповідно, стратегічні перемоги гравців у кожному з полів залежать від можливостей розпоряджатися певними ресурсами, які П. Бурд'є називає капіталами. Соціальний капітал як уособлення соціальних взаємовідносин забезпечує, на думку дослідника, доступ до ресурсів групи або асоціації і дозволяє отримати низку переваг, у тому числі й економічних.

Таке тлумачення соціального капіталу є похідним від соціологічних концепцій про суспільство як об'єктивну і незалежну від індивідів реальність, що, виникнувши, починає жити власним життям, функціонуючи за своїми законами і нав'язуючи людям свій порядок речей. Відповідно, діяльність людини в суспільстві залежить від правил і норм, що в ньому встановлені. А отже, використовуючи їх ресурсний потенціал собі на користь, суб'єкт отримує індивідуальні вигоди.

Ця ідея набула розвитку в теорії Дж. Коулмана, який здійснив спробу поєднати в єдиний методологічний підхід теоретичні здобутки соціології й економіки та застосувати його до дослідження взаємовідносин між людьми. Відзначаючи обмеженість як соціологічного (зосередженість на розгляді соціального оточення), так і економічного (акцент на незалежності господарюючих суб'єктів) підходів, Дж. Коулман пропонує в якості об'єднуючого елемента ввести в соціальну теорію концепцію соціального капіталу. Остання базується на раціоналістичному підході до вивчення економічної поведінки, однак, ставить її у залежність від відносин, що склалися всередині групи людей, об'єднаних спільністю норм, цінностей, світогляду, а також взаємними зобов'язаннями й очікуваннями.

Говорячи у такому контексті про соціальний капітал, Дж. Коулман визначає його як «цінність аспектів соціальної структури для акторів як ресурсів, які вони можуть використовувати для досягнення своїх цілей» [9, с.126]. Вчений встановлює продуктивний характер цього ресурсу – здатність сприяти досягненню певних цілей, які неможливо досягти за його відсутності.

Виділяючи три основні форми соціального капіталу (зобов'язання і очікування, що залежать від надійності соціального середовища; здатність соціальної структури до передачі інформаційних потоків; норми, що супроводжуються санкціями), Дж. Коулман демонструє їхню роль у досягненні індивідуальних економічних цілей. Перш за все, на думку вченого, соціальний капітал спрощує економічну діяльність за рахунок зниження бюрократизації і, тим самим, сприяє зменшенню трансакційних витрат. Практика свідчить про те, що угоди, укладені на довірчих засадах, не потребують витрат на юридичне оформлення зобов'язань і страхування, також як і інформаційні канали, що базуються на соціальних відносинах, дозволяють уникнути витрат на пошук інформації. Норми поведінки, встановлені у певній спільноті, сприяють взаємним очікуванням і спрощують трансакції. Таким чином, встановлюється взаємозв'язок соціального капіталу з досягненням індивідуальних цілей.

Варто зауважити, що поряд з розумінням соціального капіталу як індивідуального ресурсу, у Дж. Коулмана існує і його представлення у якості суспільного блага: «актор або актори, що створюють соціальний капітал, зазвичай отримують тільки його незначну частину» [9, с.139]. Тому, на думку дослідника, це часто призводить до недостатнього інвестування в соціальний капітал. Дж. Коулмен також робить акцент на ролі соціального

капіталу в формуванні людського капіталу. Він стверджує, що людський капітал складається зі знань, навичок, а також здатності людей створювати один з одним певну спільноту.

Американський історик і політолог Р. Патнам, досліджуючи проблеми становлення й розвитку демократії в Італії, також використав поняття соціального капіталу, однак, наділивши його дещо іншим змістом. Вчений визначає цей феномен як «традиції соціальної взаємодії, які розпочинаються із глибини віків та передбачають норми взаємності й довіри між людьми, широке розповсюдження різного роду добровільних асоціацій і залучення громадян в політику заради вирішення проблем, які стоять перед суспільством» [10, с.224].

Таке розуміння соціального капіталу стало наслідком застосування в дослідженні автора теорії колективних дій з її акцентом на досягненні співробітництва за рахунок загальних норм, що формуються спільними діями. Оцінюючи результати реформи з децентралізації влади в Італії у 1960-х рр. XX ст., Р. Патнам виявив доволі різні наслідки імплементації реформаторських заходів: в північних регіонах, де люди були більш соціально активними (за показниками явки на виборах, участі в асоціаціях, зацікавленості в місцевих справах), передані повноваження принесли більшу суспільну корисність, у той час, як в південних у результаті реформ якості управління різко знизилась.

Задавшись пошуком відповіді на запитання про причини унікальних особливостей громадянського життя в різних регіонах Італії, Р. Патнам здійснює масштабне історичне дослідження громадянських устоїв країни і приходять до висновку, що на Півночі країни зміни політико-економічних інститутів відбувалися в унікальному соціальному контексті, який визначався горизонтальними рівнями співробітництва і громадянської солідарності, які, у свою чергу, підсилювали громадянське суспільство. На Півдні, навпаки, інституціональний розвиток гальмувався ієрархічною побудовою соціальних зв'язків (модель «патрон-клієнт»), незначною залученістю населення до політичного життя з причин соціальної апатії та відсутності віри у можливість змін. Із цього дослідник робить висновок, що добровільне співробітництво як необхідна умова ефективності колективних дій досягає критичного рівня там, де вдалося накопичити значний соціальний капітал у вигляді норм взаємності та структур громадянської залученості.

Таким чином, концепції П. Бурдьє, Дж. Коулмена та Р. Патнама мають як спільні, так і відмінні ознаки. Перш за все варто зауважити, що всі автори не намагаються дослідити сутнісні характеристики соціального капіталу, а зосереджуються на його функціональних формах. При цьому автори досліджують роль соціального капіталу у залежності від обраної сфери дослідження. Так, П. Бурдьє за допомогою цього поняття прагне пояснити причини відтворення соціальної нерівності, тому наділяє його функцією забезпечення особистого ресурсу в структурі статусу та влади. Дж. Коулмен вивчає економічну поведінку і в цій сфері соціальний капітал вбачає у якості особистого ресурсу вилучення корисності. І, нарешті, Дж. Патнам, зосереджуючись на дослідженні взаємодії та інтеграції для підтримки демократії і громадянського суспільства, вбачає у соціальному капіталі ключ до ефективного функціонування демократії. Незважаючи на різний об'єкт дослідження і наявність специфіки у функціональній ролі соціального капіталу, для всіх трьох підходів характерне бачення цього феномена як уособлення соціальних взаємовідносин, які приносять вигоду.

Зважаючи на те, що це за вигода – позиції вчених розходяться. П. Бурдьє стверджує, що соціальний капітал забезпечує в існуючій передвстановленій структурованості соціального простору індивідуальну вигоду – додаткові ресурси у боротьбі за владу і соціальне визнання одних груп з іншими.

Дж. Коулмен вважає, що кожен учасник соціальних відносин може отримати від соціального капіталу низку як індивідуальних, так і колективних вигід. Оскільки індивіди мають різні цілі, то й різними є їхні форми співробітництва, що сукупно створюють суспільний соціальний капітал. З позиції теорії раціонального вибору Дж. Коулмен стверджує, що формування очікувань та зобов'язань є вигідним у підтримці соціальних відносин. Дійсно, якщо людина бере на себе певні зобов'язання, то вона очікує, що надана нею послуга буде оплаченою у вигляді допомоги, коли в ній виникне необхідність.

Накопичені зобов'язання (кредити довіри) розширюють контроль над ресурсами і подіями і задають позицію в структурі влади. Отже, соціальний капітал приносить не тільки індивідуальну вигоду, але й є корисним усім членам групи оскільки разом з внесеними ресурсами зростає й загальна корисність.

Р. Патнам, навпаки, у своєму розумінні соціального капіталу виходить із суспільної вигоди. Вчений доводить, що в процесі самоорганізації колективних дій, тобто коли громадяни самі створюють правила, слідує їм та їх підтримують, загальні вигоди від співробітництва підвищують ефективність демократії. Р. Патнам говорить: «Люди, що зацікавлені в демократії, її консолідації та ефективності, повинні перш за все сприяти формуванню громадянського суспільства. Ми підтримуємо тих, хто виступає за трансформацію місцевих структур і реформи на місцевому рівні з метою створення соціального капіталу, а не тільки за загальнодержавні ініціативи, оскільки саме так можна досягти ефективного функціонування демократії» [10, с.198].

Таким чином, аналіз теоретико-методологічних підходів П. Бурдє, Дж. Коулмена та Р. Патнама до вивчення соціального капіталу дозволяє стверджувати, що специфіка поглядів цих вчених викликана застосуванням різних методологічних підходів до аналізу, а також застосування даного концепту до різних об'єктів дослідження. Незважаючи на існуючі розбіжності, уявлення вчених про соціальний капітал як уособлення соціальних взаємовідносин, що приносять чи то суспільну, чи то індивідуальну вигоду є важливою передумовою розуміння особливостей реалізації суспільного інтересу. Особливого значення це набуває у процесі дослідження інституціональних реформ – розуміння соціального капіталу як продуктивного ресурсу у формуванні нових інститутів, дозволяє зосереджуватись на таких заходах, які створюють його критичну масу і дозволяють значно підвищити ефективність інституціонального будівництва. Як свідчить світовий досвід, у період реформування завжди відбувається перехід суспільства до нових, більш ефективних інститутів. Часто в процесі інституціональної розбудови старі норми входять у суперечність з новими. Тому від критичної маси накопиченого в суспільстві соціального капіталу залежить успіх реформ. Саме тому пропонуємо розглядати соціальний капітал як ресурс, за рахунок якого формуються та розповсюджуються нові, більш ефективні інститути.

Необхідно зауважити, що соціальний капітал формується через виховання й освіту, у процесі яких засвоюються соціокультурні цінності, а також завдяки суспільній діяльності людей. Остання набуває форми громадянського суспільства – сукупності існуючих неполітичних відносин між людьми, які формуються поза сферою впливу держави, її директивної координації та регламентації.

Громадянське суспільство формується із потреб індивідів в об'єднанні та захисті своїх інтересів у відповідь на постійно виникаючу експансію з боку держави чи інших суб'єктів. Воно спрямоване на формування моральних і правових передумов для становлення і розвитку людини як вільної особистості. Через участь у політичних організаціях, діяльності професійних, громадських та інших організацій, люди отримують можливість висловлювати і відстоювати спільні інтереси. За рахунок цього вони встановлюють зв'язки з політичною системою суспільства, в якій поряд з вирішенням завдань відбору і досягнення колективних цілей здійснюється підтримка солідарності та громадського порядку через інтеріоризацію формальних та неформальних правил.

Отже, громадянське суспільство неявно задіяно в економічних відносинах між людьми: по-перше, як форма взаємозв'язку між політичною та економічною системами; по-друге, як механізм розкриття якостей особистості й розвитку лідерства, ініціювання та розповсюдження соціально-економічних змін у суспільстві; по-третє, як сила, що протидіє узурпації економічної й політичної влади групами особливих інтересів і, по-четверте, як механізм формування соціального капіталу й утвердження нормативних зразків економічної поведінки.

На сьогоднішній день світовою практикою доведено, що громадянське суспільство всюди є продуктом довготривалого історичного розвитку і потребує для свого формування необхідних передумов, головними з яких є:

- усвідомлення людини громадянином даної країни;
- наявність розвинених професійних та інших суспільних організацій;
- домінування у населення цінностей законслухняності й поваги до закону, ідеалів рівності й свободи;
- формування середнього класу, який складає більшість у соціальній структурі суспільства;
- функціонування механізму впливу громадян та їх організацій на органи влади й управління. Ця передумова передбачає наявність базових знань населення щодо закономірностей функціонування економічної та політичної сфери, необхідний рівень інституціональної довіри, впевненість у власній можливості впливати на політичні процеси і відстоювати свої права. Розглянемо, як ці передумови реалізовано в українському суспільстві.

Аналізуючи ці умови, можна з повною впевненістю стверджувати, що першим двом із них громадянське суспільство в Україні відповідає повною мірою. Такі основні риси громадянськості, як вільне і добровільне членство індивідів, що визначає їхнє ставлення до держави або до більш широкого політичного співтовариства, право на власний вибір і самовизначення, соціальну участь в різних видах суспільно-корисної активності, наявність безлічі моделей і форм актуалізації цивільних прав аж до протестних акцій – все це реальність сучасного розвитку нашої країни. Показником громадянської (етнічної) ідентичності може служити індекс монументалізму (MON), введений Г. Хофстедом в 2008 р. і відображає наявність в національній свідомості незмінних цінностей і переконань. Згідно з цим показником (MON = 9.34) Україна є представницею культури з високим значенням цього індексу і відрізняється дуже сильною і стійкою самоідентифікацією. Її громадяни здатні відстоювати власну позицію і захищати свою гідність на противагу покірності і поступливості [11].

У якості доказу вищенаведеного, скористаємося даними індексу стійкості організацій громадянського суспільства країн Центральної Європи та Євразії, які вже упродовж двадцяти років щорічно презентуються Агентством США з міжнародного розвитку (USAID) у партнерстві з місцевими організаціями конкретних країн. За допомогою таких досліджень відстежується прогрес у розвитку громадянського суспільства в двадцяти дев'яти країнах, цього регіону, світу. Індекс оцінює загальний характер середовища для розвитку громадянського суспільства за сімома параметрами: правове середовище; організаційний потенціал; фінансова стійкість; адвокатування; надання послуг; інфраструктура; громадянський імідж.

Якщо подивитися на динаміку цього показника для деяких країн колишнього СРСР (табл. 1), то можна відзначити, що найкращий показник стійкості організацій громадянського суспільства в 2016 році характерний для прибалтійських країн (Естонія – 2,1; Латвія – 2,5; Литва – 2,7), а найгірший – для Азербайджану (5,9) та Білорусі (5,5). Що стосується України, то для нашої країни останні три роки спостерігається стабільне значення індексу стійкості ОГС на рівні 3,3, що є відносно непоганим результатом.

Таблиця 1

Динаміка індексу стійкості організацій громадянського суспільства країн колишнього СРСР за 2009–2016 рр. (складено авторами за даними [12–13])

Країни	Роки							
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Вірменія	4,0	4,0	4,0	3,9	3,9	3,9	3,8	3,8
Азербайджан	4,7	4,7	4,7	4,7	4,7	5,1	5,8	5,9
Білорусь	5,9	5,9	5,9	5,8	5,7	5,7	5,6	5,5
Естонія	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,1
Грузія	4,2	4,2	4,2	4,2	4,2	4,2	4,2	4,2
Латвія	2,7	2,7	2,7	2,7	2,6	2,6	2,6	2,5

Продовження табл. 1

Литва	2,8	2,8	2,8	2,8	2,7	2,7	2,7	2,7
Молдова	4,3	4,2	4,1	4,1	4,0	3,9	3,9	3,9
Росія	4,4	4,3	4,4	4,4	4,4	4,5	4,7	4,8
Україна	3,5	3,5	3,5	3,4	3,4	3,3	3,3	3,3

Ступінь домінування в українському суспільстві цінностей законослухняності й поваги до закону показує індекс верховенства закону, представлений в табл. 2, яка демонструє основні показники розвитку громадянського суспільства як механізму формування соціального капіталу. Згідно з цим показником, розрахованим для 113 країн світу, Україна знаходиться на 78 місці, випереджаючи серед пострадянських країн хіба що Киргизстан (83) і Росію (92).

Таблиця 2

Основні показники розвитку громадянського суспільства як механізму формування соціального капіталу, 2016 р. (складено авторами за даними [15–17])

Країна	Індекс верховенства закону	Рівень демократії	ВВП номінальний на душу населення (дол.)	Рівень довіри політикам
Розвинені країни				
Данія	0,89	9,20	52622	5,04
Норвегія	0,88	9,93	70392	4,94
Фінляндія	0,87	9,03	43462	4,43
Швеція	0,86	9,39	51914	5,04
Нідерланди	0,86	8,80	45091	5,35
Німеччина	0,83	8,63	42530	3,37
Велика Британія	0,81	8,36	40699	3,43
Японія	0,78	7,99	38883	4,84
США	0,74	7,98	57065	3,12
Франція	0,72	7,92	37226	3,21
Постсоціалістичні країни				
Естонія	0,79	7,85	17840	3,62
Чехія	0,75	7,82	18306	2,62
Польща	0,71	6,83	13242	2,66
Словенія	0,67	7,51	21375	2,25
Румунія	0,66	6,62	9439	4,01
Грузія	0,65	5,93	3887	4,99
Хорватія	0,61	6,75	11897	1,61
Угорщина	0,57	6,72	11855	3,12
Болгарія	0,54	7,01	7061	1,99
Білорусія	0,53	3,54	5063	3,45
Молдова	0,49	6,01	1872	3,12
Україна	0,49	5,70	1960	1,85
Киргизстан	0,47	4,93	1012	3,12
Росія	0,42	3,24	7720	3,04

Ще однією характеристикою громадянського суспільства в Україні є недостатній рівень розвитку соціальної бази його інститутів. За оцінками соціологів, середній клас в соціальній структурі українського суспільства не перевищує 20–25%, в той час, як в розвинених країнах його чисельність знаходиться на рівні 60–70% [14, с.247]. При цьому не тільки в кількісному, але і в якісному відношенні він не може вважатися активним суб'єктом громадянських відносин. У розвинених країнах середній клас формується з шарів

високооплачуваних працівників найманої праці: менеджерів, представників вільних професій, діячів науки, працівників освіти і засобів масової інформації, інженерів, державних службовців, які володіють людським капіталом, дивіденди з яких і формують його основний дохід. Завдяки цьому він виступає досить мобільною і незалежною соціальною силою, активним суб'єктом громадянських відносин.

Дані табл. 2 вказують на те, що за рівнем ВВП на душу населення (середнім загальним показником рівня життя) навіть без урахування диференціації доходів різних професійних груп українці перебувають в «боротьбі за виживання». Як відомо, впевненість у своїх силах, самоповага, почуття власної необхідності для інших людей і суспільства в цілому, вибудовуються тільки над рівнем базових потреб і стають невід'ємною передумовою для становлення особистості, а також різних проявів її політичної та соціальної активності тільки тоді, коли людина досягає більш високого рівня матеріального добробуту.

Невтішними є й показники інституціональної довіри. Згідно з оцінками, отриманими в процесі останніх соціологічних досліджень, українці не змінили свого відношення до влади і судової системи, виражаючи до цих структур найбільшу недовіру. Такий стан не може вважатися задовільним для розвитку громадянського суспільства, оскільки стверджує його виключно у формі сили, яка вступає в протидію з владою і не бачить в ній партнера. Більш того, середовище, в якому поширюється цинічне ставлення до політики може сильно зменшити активність відповідних організацій громадянського суспільства. У ситуації, коли громадяни, зазвичай, вважають всю владу і бізнес корумпованими, багато людей можуть скептично дивитися і на мотивацію організацій громадянського суспільства, сумніваючись, що громадянське суспільство може стати тим простором, де люди, об'єднані спільною ідеєю, можуть відстоювати суспільний інтерес.

Подібна тотальна недовіра до органів державної влади, викликана розбіжністю між обіцянками політиків та їх реальними справами, «непрозорі» та непрогнозовані дії держави, надмірна диференціація доходів у суспільстві, недосконала система захисту прав власності тощо, обумовлюють дефіцит соціального капіталу в нашій країні та, безумовно, позначаються на кількісних та якісних характеристиках її соціально-економічного розвитку. Як справедливо зазначає Т. В. Шаповалова, така ситуація «...перешкоджає веденню бізнесу та призводить до його згорання; уповільнює інноваційний розвиток і знижує конкурентоспроможність країни на світових ринках. ... негативний соціальний капітал є каталізатором цілої низки взаємозв'язаних процесів, які в сукупності призводять до уповільнення темпів економічного зростання та зниження інших макроекономічних показників в Україні» [4, с.313].

Тому без покращення стану соціальної взаємодії та довіри в Україні важко розраховувати на перспективи швидкого виходу країни із затяжної соціально-економічної та політичної кризи. Для демократичних держав з ефективно функціонуючим громадянським суспільством властивий високий рівень соціального капіталу, адже його головною цінністю є взаємна довіра в суспільстві (довіра як по горизонталі – у відносинах між громадянами, а також всередині різних суспільних і корпоративних структур, так і по вертикалі – між громадянами і структурами влади). Відтак, цілеспрямоване формування і нарощування соціального капіталу в просторі міжособових, міжгрупових зв'язків і стосунків є одним із найголовніших завдань нашого суспільства з метою гармонізації політичних, соціальних і економічних інтересів, досягнення стабільності в країні та сприяння довгостроковому економічному зростанню.

Висновки і перспективи подальших розробок. Таким чином, важливою передумовою успішного суспільного розвитку країн є розвинений на різних рівнях соціально-економічної системи соціальний капітал, втілений у вигляді норм та традицій соціальної солідарності й розгалуженої мережі громадянської співучасті. Перспективи розвитку України до моделі соціально-орієнтованої ринкової економіки, яка є домінуючою в європейських країнах і США, буде переважно визначатися стійкістю громадянського суспільства, зрілістю громадянської культури та якості соціального капіталу.

Як показує практика, ці складові ще не є достатньо розвиненими у вітчизняному інституціональному середовищі. По-перше, із-за економічної складової, пов'язаної з неможливістю суб'єктів актуалізувати свої економічні інтереси і послідовно реалізовувати їх з огляду на низький рівень життя. По-друге, із-за відсутності у більшості населення цінностей законослухняності та поваги до закону, ідеалів рівності, свободи та справедливості. По-третє, внаслідок низького рівня базових економічних і політичних знань, низької правової культури і породженого нею правового нігілізму. І, по-четверте, браку ефективного механізму впливу громадян і їхніх організацій на органи державної влади. Тому зусилля суспільства мають бути спрямовані на вирішення проблем, які стримують зростання рівня соціального капіталу і, відповідно, уповільнюють розвиток українського суспільства.

У цьому відношенні важливим напрямом подальших наукових досліджень є пошук дієвих механізмів подальшого реформування інституційного середовища України. Як свідчить практика, домінуючі в нашій країні цінності, норми та правила не завжди сприяють прогресивним соціально-економічним змінам і викликають певний соціальний супротив.

Література

1. Геєць В. М. Розвиток соціального капіталу – найбільше багатство у світі // Віче: журн. Верховної Ради України. 2011. № 1. URL: <http://www.viche.info/journal/2359> (дата звернення: 19.01.2018).
2. Грішнова О. А., Кочума І. Ю. Соціальний капітал у системі економічних ресурсів // Соціоекономіка: зб. наук. праць. 2009. № 4. С. 38–49.
3. Соціальний капітал України: теоретико-методологічні основи формування: монографія / [С. І. Бандур, Л. Г. Богуш, Т. А. Заяць та ін.; за ред. С. І. Бандура]. К.: НАН України, Рада по вивченню продуктивних сил України, 2010. 210 с.
4. Шаповалова Т. В. Соціальний капітал: теоретичні засади та стратегії трансформації: монографія. Сєвєродонецьк: Вид-во СХУ ім. В. Даля, 2016. 360 с.
5. Степаненко В. Соціальний капітал у соціологічній перспективі: теоретико-методичні аспекти дослідження // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2001. № 2. С. 24–41.
6. Колодій А. Ф. На шляху до громадянського суспільства. Теоретичні засади й соціокультурні передумови демократичної трансформації в Україні: монографія. Львів: Червона Калина, 2002. 346 с.
7. Жаліло Я. А. Теорія та практика формування ефективної держави: монографія. К.: НІСД, 2009. 336 с.
8. Бурдые П. Формы капитала // Экономическая социология: эл. журнал. Т. 3. № 5. 2002. С. 60–74. URL: http://ecsoc.hse.ru/data/670/586/1234/ecsoc_t3_n5.pdf (дата обращения: 22.01.2018).
9. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. 2001. № 3. С. 121–139.
10. Патнам Р., Леонарді Р., Нанетті Р. Творення демократії. Традиції громадської активності в сучасній Італії. К: Основи, 2001. 302 с.
11. Пилипенко А. Н., Литвиненко Н. И. Украинская ментальность в координатах исследовательской программы Г. Хофстеда // Економічний вісник НГУ. 2015. № 2. С. 14–22.
12. Индекс устойчивости организаций гражданского общества 2015. URL: http://actngo.info/sites/default/files/files/indeks_ustoychivosti_ogo_2015_rus_0.pdf (дата обращения: 21.12.2017).
13. Индекс устойчивости организаций гражданского общества 2016. URL: http://www.actngo.info/sites/default/files/files/indeks_ustoychivosti_ogo_2016.pdf (дата обращения: 21.12.2017).
14. Гальчинский А. Либерализм: уроки для Украины: наук.-попул. есе. К.: Либідь, 2011. 288 с.
15. Индекс верховенства закона в странах мира. URL: <http://gtmarket.ru/research/rule-of-law-index/info> (дата обращения: 22.12.2017).
16. Рейтинг стран по уровню демократии. URL: <http://gtmarket.ru/ratings/democracy-index/info> (дата обращения: 22.12.2017).

17. Мировой Атлас Данных. URL: <https://knoema.ru/atlas> (дата обращения: 22.12.2017).

References

1. Geets, V. M. (2011). The development of social capital – the greatest wealth in the world [Rozvytok sotsialnoho kapitalu – naibilshe bahatstvo u sviti], Viche: zhurnal Verkhovnoi Rady Ukrainy, No. 1, available at: <http://www.viche.info/journal/2359> [in Ukrainian]
2. Hrishnova, O. A., Kochuma, I. Yu. (2009). Social capital in the system of economic resources [Sotsialnyi kapital u systemi ekonomichnykh resursiv], Sotsioekonomika, No. 4, s. 38–49 [in Ukrainian]
3. Social capital of Ukraine: theoretical and methodological foundations of formation: monograph (2010). Ed. by S. I. Bandur [Sotsialnyi kapital Ukrainy: teoretyko-metodolohichni osnovy formuvannia: monohrafiia; za red. S. I. Bandura], NAN Ukrainy, Rada po vyvchenniu produktyvnykh syl Ukrainy, Kyiv, 210 s. [in Ukrainian]
4. Shapovalova, T. V. (2016). Social capital: theoretical foundations and strategies for transformation: monograph [Sotsialnyi kapital: teoretychni zasady ta stratehii transformatsii: monohrafiia], Sievierodonetsk, Vyd-vo SNU im. V. Dalia, 360 s. [in Ukrainian]
5. Stepanenko, V. (2001). Social capital in the sociological perspective: theoretical and methodological aspects of the study [Sotsialnyi kapital u sotsiologichnii perspektyvi: teoretyko-metodychni aspekty doslidzhennia], Sotsiologhiia: teoriia, metody, marketynh, No. 2, s. 24–41 [in Ukrainian]
6. Kolodiy, A. F. (2002). On the way to civil society. Theoretical foundations and socio-cultural preconditions of democratic transformation in Ukraine: monograph [Na shliakhu do hromadianskoho suspilstva. Teoretychni zasady i sotsiokulturni peredumovy demokratychnoi transformatsii v Ukraini: monohrafiia], Chervona Kalyna, Lviv, 346 s. [in Ukrainian]
7. Zhalilo, Ya. A. (2009). Theory and practice of formation of an effective state: monograph [Teoriia ta praktyka formuvannia efektyvnoi derzhavy: monohrafiia], NISD, Kyiv, 336 s. [in Ukrainian]
8. Bourdieu, P. (2002). Forms of capital [Formy kapitala], Ekonomicheskaya sotsiologiya, T. 3, No. 5, s. 60–74, available at: http://ecsoc.hse.ru/data/670/586/1234/ecsoc_t3_n5.pdf [in Russian]
9. Coleman, J. (2001). Social and human capital [Kapital sotsialnyy i chelovecheskiy], Obschestvennye nauki i sovremennost, No. 3, s. 121–139 [in Russian]
10. Patnam, R. Leonardi, R., Nanetti, R. (2001). Creation of democracy. Traditions of social activity in modern Italy [Tvorenna demokratii. Tradytsii hromadskoi aktyvnosti v suchasni Italii], Osnovy, Kyiv, 302 s. [in Ukrainian]
11. Pylypenko, A. N., Litvinenko, N. I. (2015). Ukrainian mentality in the coordinates of research program of G. Hofstede [Ukrainska mentalnist u koordynatakh doslidnytskoi prohramy H. Khofsteda], Ekonomichnyi visnyk NHU, No. 2, s. 14–22 [in Ukrainian]
12. Sustainability index of civil society organizations 2015 [Indeks ustoychivosti organizatsiy grazhdanskogo obschestva 2015], available at: http://actngo.info/sites/default/files/files/indeks_ustoychivosti_ogo_2015_rus_0.pdf [in Russian]
13. Sustainability index of civil society organizations 2016 [Indeks ustoychivosti orhanizatsiy grazhdanskogo obschestva 2016], available at: http://www.actngo.info/sites/default/files/files/indeks_ustoychivosti_ogo_2016.pdf [in Russian]
14. Galchinsky, A. (2011). Liberalism: lessons for Ukraine [Liberalizm: uroky dlia Ukrainy: nauk.-popul. ese], Lybid, Kyiv, 288 s. [in Ukrainian]
15. Index of the rule of law in the countries of the world [Indeks verkhovenstva zakona v stranakh mira], available at: <http://gtmarket.ru/research/rule-of-law-index/info> [in Russian]
16. Rating of countries by the level of democracy [Reyting stran po urovnyu demokratii], available at: <http://gtmarket.ru/ratings/democracy-index/info> [in Russian]
17. World Atlas of Data [Mirovoy Atlas Danykh], available at: <https://knoema.ru/atlas> [in Russian]

Стаття надійшла до редакції 23.02.2018.

***СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ
ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ***

УДК 339.923

Віталіна Олексіївна БАБЕНКО

доктор економічних наук, професор кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна, Україна, e-mail: vitalinababenko@karazin.ua, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4816-4579>

Вадим Ігорович СІДОРОВ

кандидат економічних наук, професор кафедри міжнародних економічних відносин, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна, Україна, e-mail: irtb@karazin.ua, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5655-2221>

Віолетта Олегівна ФІРСАНОВА

кандидат економічних наук, старший викладач кафедри міжнародних економічних відносин, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна, Україна, e-mail: v.petukhova@karazin.ua, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4401-7643>

Михайло Ігорович БОНДАРЕНКО

аспірант кафедри міжнародних економічних відносин, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна, Україна, e-mail: mib2435@gmail.com

**ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ
У ГЛОБАЛЬНІЙ СИСТЕМІ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ**

Бабенко, В. О., Сідоров, В. І., Фірсанова, В. О., Бондаренко, М. І. Дослідження розвитку інтеграційних процесів у глобальній системі міжнародної торгівлі // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць; за ред. М. І. Зверякова (голов. ред.) та ін. (ISSN 2313-4569). Одеса: Одеський національний економічний університет. 2018. № 1 (65). С. 36–48.

Анотація. У статті встановлено однорідність досліджуваної сукупності міжнародних інтеграційних об'єднань світу за класифікацією ЮНКТАД та визначено їх структуру. Це дозволило встановити альтернативні групи міжнародних інтеграційних об'єднань та визначити об'єктивну позицію України у глобальній системі міжнародної торгівлі. Знайдено функціональні залежності розвитку міжнародної інтеграції у глобальній системі міжнародної торгівлі та визначено найбільш інформативні фактори. Виконані обчислення є підґрунтям для аналізу проблем та перспектив розвитку інтеграції в аспекті зовнішньоекономічної політики України.

Ключові слова: глобальна система міжнародної торгівлі; інтеграційні об'єднання; міжнародний інтеграційний простір; дискримінантний аналіз; кластерний аналіз.

Віталіна Алексеевна БАБЕНКО

доктор экономических наук, профессор кафедры международного бизнеса и экономической теории, Харьковский национальный университет им. В. Н. Каразина, Украина, e-mail: vitalinababenko@karazin.ua, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4816-4579>

Вадим Игоревич СИДОРОВ

кандидат экономических наук, профессор кафедры международных экономических отношений, Харьковский национальный университет им. В. Н. Каразина, Украина, e-mail: irtb@karazin.ua, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5655-2221>

Вioletta Олеговна ФИРСАНОВА

кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры международных экономических отношений, Харьковский национальный университет им. В. Н. Каразина, Украина, e-mail: v.petukhova@karazin.ua, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4401-7643>

Михаил Игоревич БОНДАРЕНКО

аспирант кафедры международных экономических отношений, Харьковский национальный университет им. В. Н. Каразина, Украина, e-mail: mib2435@gmail.com

**ИССЛЕДОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ
В ГЛОБАЛЬНОЙ СИСТЕМЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ**

Бабенко, В. А., Сидоров, В. И., Фирсанова, В. О., Бондаренко, М. И. Исследование развития интеграционных процессов в глобальной системе международной торговли // Вестник социально-экономических исследований: сб. науч. трудов; под ред. М. И. Зверякова (глав. ред.) и др. (ISSN 2313-4569). Одесса: Одесский национальный экономический университет. 2018. № 1 (65). С. 36–48.

Аннотация. В статье установлена однородность исследуемой совокупности международных интеграционных объединений мира по классификации ЮНКТАД и определена их структура. Это позволило установить альтернативные группы международных интеграционных объединений и определить объективную позицию Украины в глобальной системе международной торговли. Найдены функциональные зависимости развития международной интеграции в глобальной системе международной торговли и определены наиболее информативные факторы. Выполненные вычисления являются основой для анализа проблем и перспектив развития интеграции в аспекте внешнеэкономической политики Украины.

Ключевые слова: глобальная система международной торговли; интеграционные объединения; международное интеграционное пространство; дискриминантный анализ; кластерный анализ.

Vitalina BABENKO

Doctor of Economics, Professor of International Business and Economic Theory Department,
V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine, e-mail: vitalinababenko@karazin.ua,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4816-4579>

Vadim SIDOROV

PhD in Economics, Professor of International Economic Relations Department,
V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine, e-mail: irtb@karazin.ua,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5655-2221>

Violetta FIRSANOVA

PhD in Economics, Senior lecturer of International Economic Relations Department,
V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine, e-mail: v.petukhova@karazin.ua,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4401-7643>

Mykhailo BONDARENKO

Postgraduate Student of International Economic Relations Department,
V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine, e-mail: mib2435@gmail.com

**RESEARCH OF INTEGRATION PROCESSES DEVELOPMENT
IN THE GLOBAL SYSTEM OF INTERNATIONAL TRADE**

Babenko, V., Sidorov, V., Firsanova, V., Bondarenko, M. (2018). Research of integration processes development in the global system of international trade. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Doslidzhennia rozvytku intehtratsiinykh protsesiv u hlobalnii systemi mizhnarodnoi torhivli; za red.: M. I. Zveriyakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; Visnik social'no-ekonomichnih doslidzen' (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 1 (65), pp. 36–48.

Abstract. The homogeneity of the studied set of the world international integration associations according to UNCTAD classification is identified and their structure is determined in the article. This made possible to identify the alternative groups of international integration associations and to determine the objective position of Ukraine in the global system of international trade. The functional dependence of the international integration development in the global system of international trade is found and the most informative factors are determined. The performed calculations are the basis for the analysis of problems and prospects of integration development in the aspect of foreign economic policy of Ukraine.

Keywords: global system of international trade; integration associations; international integration space; discriminant analysis; cluster analysis.

JEL classification: F630

Постановка проблеми у загальному вигляді. Міжнародна торгівля як найстаріша форма міжнародних економічних відносин в епоху глобалізації трансформується у глобальну систему та сприяє якісно новому етапу розвитку світового господарства. На сучасному етапі міжнародних економічних відносин виникає все більше інтеграційних угруповань, держави прагнуть ставати їх учасниками для поліпшення умов торгівлі, що сприяє активізації міжнародної торгівлі в окремих регіонах та, як наслідок, підвищення інтенсивності загальносвітової торгівлі. Таким чином, можна визначити, що характерною рисою глобальної системи міжнародної торгівлі є інтеграційний вектор її розвитку.

Ця проблема набуває додаткової актуальності з огляду на суперечливу взаємодію процесів регіоналізації та глобалізації, коли процес глобалізації формує нові характеристики та типи регіоналізації, загострюючи конкуренцію між інтеграційними об'єднаннями, перш за все у сфері міжнародної торгівлі. Виходячи з цього, особливої актуальності на сьогодні набуває дослідження інтеграційного вектору розвитку глобальної системи міжнародної торгівлі, який визначає характер, особливості та стратегічні напрями розвитку міжнародних торговельних відносин в межах світових інтеграційних угруповань як невід'ємних складових глобальної системи міжнародної торгівлі.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Питання аналізу процесів міжнародної економічної інтеграції та їх впливу на характер і тенденції розвитку міжнародної торгівлі висвітлюються у працях багатьох дослідників. Особливої актуальності набуває питання прогнозування та управління інтеграційними процесами з використанням математичного інструментарію. Так, дослідником J. O'Neill виконано експертний аналіз порівняльної статистики сучасного рівня розвитку країн-членів інтеграційних утворень, зокрема, економічних можливостей та перспектив інтеграції країн об'єднання БРІКС та за його межами [1]. С. Козьменко, Т. Савченко, Д. Казаріновим досліджені питання інтеграції економік різних регіонів на прикладі фінансової конвергенції України з окремими країнами пострадянського простору та основними торговельними партнерами Єврозони, зокрема, Польщі, Угорщини та Чеської Республіки. За результатами виконаного порівняльного аналізу за відповідними критеріями зроблено висновок щодо більшої фінансової конвергенції України з країнами СНД [2]. Науковцем А. Т. Спіциним представлено теоретичний аналіз глобальних тенденцій і суперечності світового економічного розвитку на початку XXI століття. Автор досліджує питання важливості національних економік на прикладі СНД та ефективності їх розвитку на основі вирішення глобальних і регіональних питань інтеграції [3]. А науковець Б. А. Хейфець розглядає широке коло питань стосовно розвитку інтеграційних процесів за рахунок розширення взаємної торгівлі, виробництва, науково-технічної співпраці та розвитку економічних відносин, яке виробляє синергетичний ефект. Дослідником запропоновано сконцентрувати зусилля на аспекті інтеграції у стратегічній перспективі на основі інвестиційної взаємодії країн [4].

Багато науковців зацікавлені прикладним аспектом економіко-математичного моделювання світогосподарських та інтеграційних процесів. Так, у роботах [5–7] проводиться дослідження вимірювання ознак об'єктів в економіці та аналіз даних з використанням багатомірних статистичних методів. Тематиці прогнозування результатів інтеграційних процесів присвячено публікації О. Ю. Мічуріної [8]. Проблеми розробки, аналізу та вибору сценаріїв інтеграції розкривають у своїх роботах О. М. Анісімова, О. О. Широка [9] та І. Н. Бурганова [10]. Науковцем А. Matsumura досліджено проблеми регіональної інтеграції на основі торгівлі екологічними товарами [11], авторами E. Latoszek, I. E. Kotowska, A. Z. Nowak, A. Stepniak проаналізовано європейський процес інтеграції в нових регіональних і глобальних умовах [12]. Вченим P. Robson проведено детальне дослідження щодо економічної складової міжнародної інтеграції [13], а науковець R. Gilpin

розглядає питання глобальної політичної економії в аспекті розуміння міжнародного економічного порядку [14].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Однак, деякі аспекти цієї багатогранної наукової проблеми, що пов'язані зі специфікою протікання інтеграційних процесів у глобальній системі міжнародної торгівлі залишаються недостатньо розкритими та обґрунтованими. Насамперед, потребують подальшого дослідження чинники, які регулюють глобальну систему міжнародної торгівлі на глобальному та регіональних рівнях. Крім того, недостатньо розробленими залишаються питання щодо тенденцій розвитку інтеграційних процесів у глобальній системі міжнародної торгівлі, а також оцінки ефективності міжнародних торговельних відносин в межах світових інтеграційних угруповань. Таким чином, дослідження стратегічних перспектив розвитку інтеграційних процесів у глобальній системі міжнародної торгівлі є важливим як в теоретичному, так і в практичному аспектах.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження розвитку інтеграційних процесів, оцінка сучасних позицій світових інтеграційних об'єднань у просторі міжнародних торговельно-економічних відносин та визначення перспектив розвитку інтеграційних угруповань у глобальній системі міжнародної торгівлі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для аналізу розвитку інтеграційних процесів, що відбуваються в Україні, варто визначити відмінності між інтеграційними об'єднаннями світу за системою показників, що впливають на торговельно-економічні відносини у світогосподарському просторі. Таке завдання доцільно вирішити за допомогою дискримінантного аналізу. Головною метою такого аналізу є знаходження лінійної комбінації дискримінантних змінних, яка б оптимально розділила розглянуті групи. Але попередню класифікацію варто провести за допомогою кластерного аналізу з використанням метода Уорда. У дослідженні було розглянуто всі інтеграційні об'єднання, зареєстровані СОТ, та Україна. Таким чином, вивчалася 51 міжнародне інтеграційне об'єднання (згідно з класифікацією ЮНКТАД) та Україна. ЮНКТАД – це конференція ООН з торгівлі і розвитку, яка заснована у 1964 році в якості постійного міжурядового органу, та є ключовим органом Генеральної Асамблеї з питань в сфері торгівлі та розвитку [15].

Для визначення позиції України відносно інтеграційних об'єднань у глобальній системі міжнародної торгівлі запропоновано наступну систему показників, яку сформовано на основі структури статистичних даних офіційного інформаційного ресурсу UNCTADstat [15]:

- експорт всередині об'єднання;
- загальний обсяг експорту об'єднання;
- імпорт всередині об'єднання;
- загальний обсяг імпорту об'єднання;
- прямі іноземні інвестиції: внутрішні та зовнішні потоки і запаси (річні);
- валовий внутрішній продукт (ВВП);
- загальний обсяг торгівлі (річний);
- платіжний баланс, рахунки поточних операцій за вирахуванням (річний);
- темпи зростання торгівлі (річні).

Кожне інтеграційне об'єднання виступає в даному випадку як об'єкт, що характеризується певними значеннями перелічених 9 показників. Відповідно, вони можуть бути представлені в якості точок в 9-мірному просторі. Такий простір зазвичай називається простором властивостей досліджуваних об'єктів (інтеграційних об'єднань). Порівняння відстані між цими точками буде відображати ступінь близькості розглянутих об'єднань, їх схожість один з одним. Соціально-економічний зміст подібного розуміння подібності означає, що інтеграційні об'єднання вважаються тим більш схожими, чим менше розходження між однойменними показниками, за допомогою яких вони описуються.

Дані для кластерного аналізу використані зі статистичних збірників та офіційних інтернет-ресурсів [16; 17] за 2017 р. За цими ознаками встановлено однорідність країн у їх сукупності за методом Уорда з використанням пакету прикладних програм для статистичних

обчислень Statgraphics Centurion. На рис. 1 наведено дендрограму угруповань досліджуваних інтеграційних об'єднань та України, отриману за допомогою процедури кластерного аналізу з використанням метода Уорда.

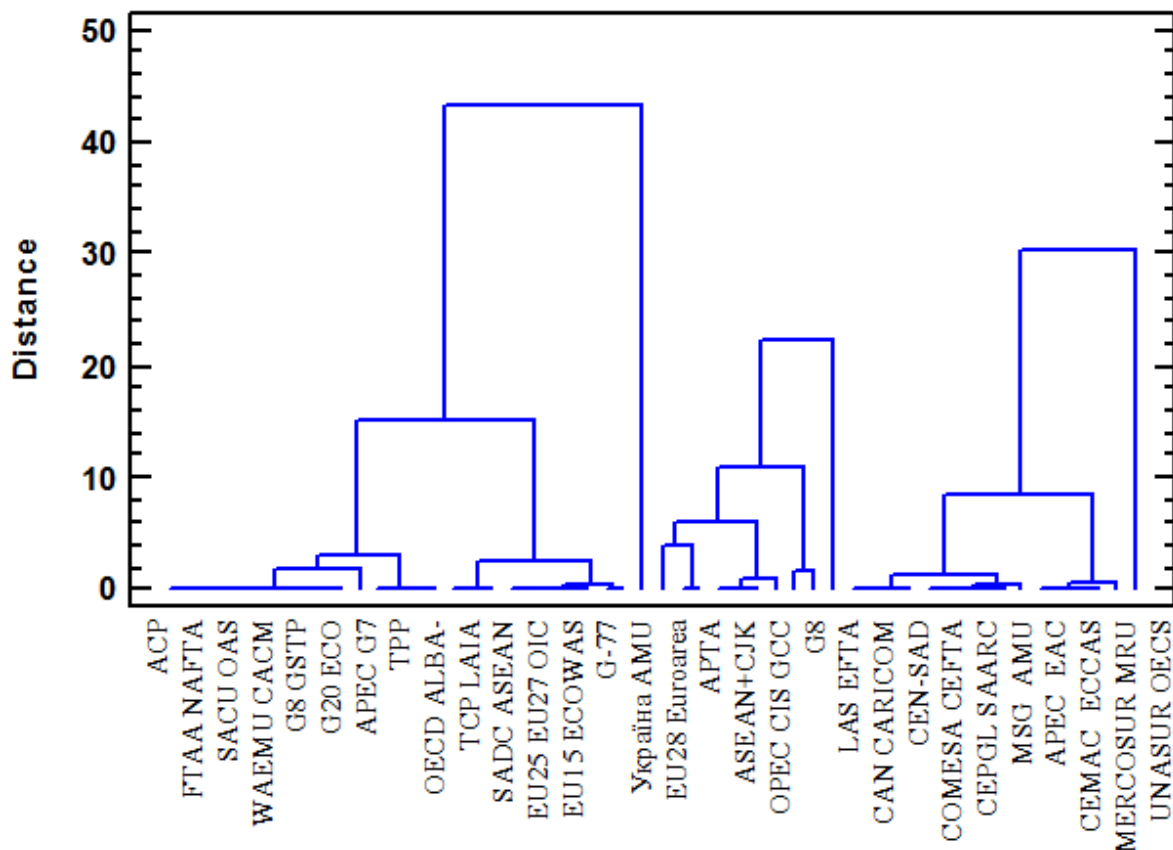


Рис. 1. Дендрограма інтеграційних об'єднань та України у глобальній системі міжнародної торгівлі (розроблено авторами)

Візуальний аналіз отриманої дендрограми свідчить про те, що за запропонованою системою ознак необхідно розглядати три кластери угруповань інтеграційних об'єднань у глобальній системі міжнародної торгівлі.

У табл. 1 наведено склад кожного кластеру, до якого увійшли досліджувані міжнародні інтеграційні об'єднання. Таким чином, до першого кластеру увійшло 25 інтеграційних об'єднань, та він є найбільш багаточисельним. Друга група містить 10 інтеграційних об'єднань. Третій кластер – 16. Україна потрапила до першої групи разом з об'єднанням країн Африки, Карибського басейну і Тихого океану, АЛБА, АТЕС, АССАН, Загального ринку Центральної Америки, Західно-африканським економічним і валютним союзом, Радою співробітництва арабських держав Перської затоки, об'єднанням НАФТА, Організацією економічного співробітництва тощо.

Для детального розгляду стану інтеграційних процесів у кожному із трьох кластерів розрахуємо середні значення 9 показників, які надані офіційним інтернет-ресурсом статистичних даних UNCTADstad [15], що є ознаками торгівельно-економічного стану досліджуваних інтеграційних об'єднань та України, а саме: x_1 – експорт всередині об'єднання (млн. дол.); x_2 – загальний обсяг експорту об'єднання (млн. дол.); x_3 – імпорт всередині об'єднання (млн. дол.); x_4 – загальний обсяг імпорту об'єднання (млн. дол.); x_5 – прямі іноземні інвестиції: внутрішні та зовнішні потоки і запаси, річні (млн. дол.); x_6 – ВВП (млн. дол.); x_7 – загальний обсяг торгівлі, річний (млн. дол.); x_8 – платіжний баланс, рахунки поточних операцій за вирахуванням, річний (млн. дол.); x_9 – темпи зростання торгівлі, річні (%). Визначимо статистичні характеристики використаних 9 показників за допомогою програмного пакету статистичної обробки даних Statgraphics Centurion.

Таблиця 1

Склад кластерів однорідних інтеграційних об'єднань та України у глобальній системі міжнародної торгівлі
(розроблено авторами за розрахунками кластерного аналізу)

Рейтин- говий номер	Скорочена назва об'єднання	Інтеграційне об'єднання	Клас- тер	Скорочена назва об'єднання	Рейтин- говий номер	Інтеграційне об'єднання	Клас- тер
1.	ACP	Країни Африки, Карибського басейну і Тихого океану (країни АКТ)	1	FTAA	27.	Зона вільної торгівлі Північної та Південної Америки	1
2.	ALBA-TCP	АЛБА (Боліваріанський альянс для народів нашої Америки)	1	G20	28.	Група 20	1
3.	AMU	Союз арабського Магрибу	2	G7	29.	Група 7	1
4.	APEC	Азіатсько-Тихоокеанське економічне співробітництво (АТЕС)	1	G-77	30.	Група 77	1
5.	APTA	Азіатсько-Тихоокеанська торговельна угода (АПТУ)	2	G8	31.	Група 8	2
6.	ASEAN	Асоціація держав Південно-Східної Азії (АСЕАН)	1	GCC	32.	Рада співробітництва арабських держав Перської затоки	1
7.	ASEAN+ CJK	АСЕАН+Китай, Японія, Республіка Корея	2	GSTP	33.	Глобальна система торговельних преференцій між країнами, що розвиваються	3
8.	CACM	Загальний ринок Центральної Америки	1	IGAD	34.	Міжурядовий орган з питань розвитку	1
9.	CAN	Андське співтовариство	3	LAIA	35.	Асоціація Латиноамериканської інтеграції	2
10.	CARICOM	Карибське співтовариство	3	LAS	36.	Ліга арабських держав	3
11.	CEFTA	Центрально-європейська асоціація вільної торгівлі	3	MERCOSU R	37.	МЕРКОСУР	3
12.	CEMAC	Економічне та валютне співтовариство Центральної Африки	3	MRU	38.	Союз держав ріки Мано	3
13.	CEN-SAD	Спільнота Сахель-сахарських держав	3	MSG	39.	Передова група меланезійських держав	1

Продовження табл. 1

Рейтин- говий номер	Скорочена назва об'єднання	Інтеграційне об'єднання	Клас- тер	Скорочена назва об'єднання	Рейтин- говий номер	Інтеграційне об'єднання, країни	Клас- тер
14.	CEPGL	Економічне співтовариство країн Великих озер	3	NAFTA	40.	НАФТА	1
15.	CIS	СНД	2	OAS	41.	Організація американських держав	1
16.	COMESA	Спільний ринок Східної і Південної Африки	3	OECD	42.	Організація економічного співробітництва і розвитку	3
17.	EAC	Східно-африканське співтовариство	3	OECS	43.	Організація східно-карибських держав	1
18.	ECCAS	Економічне співтовариство країн Центральної Африки	3	OIC	44.	Організація ісламського співробітництва	2
19.	ECO	Організація економічного співробітництва	1	OPEC	45.	ОПЕК	3
20.	ECOWAS	Економічне співтовариство західноафриканських держав (ЕКОВАС)	1	SAARC	46.	Південно-Азіатська асоціація регіонального співробітництва	1
21.	EFTA	Європейська асоціація вільної торгівлі	2	SACU	47.	Митний союз Південної Африки	1
22.	EU15	Європейський союз з 15 країн	2	SADC	48.	Співтовариство розвитку Південної Африки	1
23.	EU25	Європейський союз з 25 країн	1	TPP	49.	Транс-Тихоокеанське партнерство	3
24.	EU27	Європейський союз з 27 країн	1	UNASUR	50.	Союз південноамериканських націй	1
25.	EU28	Європейський союз	2	WAEMU	51.	Західно-африканський економічний і валютний союз	1
26.	Euroarea	Єврозона	2		52.	Україна	1

У табл. 2 наведено середні значення та загальна середня показників, що характеризують позицію кожного інтеграційного об'єднання в структурі глобальної системи міжнародної торгівлі в 2017 році.

Таблиця 2

Середні значення показників по кластерам інтеграційних об'єднань та їх загальні середні у глобальній системі міжнародної торгівлі в 2017 році (розраховано авторами за даними кластерного аналізу)

Ознака	Кластер 1	Кластер 2	Кластер 3	Загальна середня
x_1	1801300,00	846862,00	15188,80	1068180,00
x_2	3486070,00	2413940,00	132182,00	2247920,00
x_3	1776260,00	829445,00	15459,20	1052400,00
x_4	3634450,00	2125670,00	154609,00	2273580,00
x_5	216847,00	101808,00	24861,40	135652,00
x_6	16903300,00	7660430,00	881094,00	10195900,00
x_7	3063550,00	2058180,00	100857,00	1958610,00
x_8	-66997,20	142632,00	-20378,40	-12339,70
x_9	1440,92	-22,57	-19,77	710,04

Необхідно відмітити, що середні значення показників мають досить значні відмінності по кожному кластеру однорідних груп інтеграційних об'єднань, що свідчить про суттєву неоднорідність досліджуваних міжнародних об'єднань. Але аналіз середніх значень показників по кожному кластеру не дає однозначної оцінки рівня торгівельно-економічного стану інтеграційних об'єднань кожного окремого кластеру, що свідчить про необхідність додаткового дослідження причинно-наслідкових взаємозв'язків між показниками, що впливають на розвиток торгівельно-економічних відносин.

У табл. 3 відображено середньоквадратичні відхилення у кожній групі інтеграційних об'єднань за системою визначених показників. Ці значення дозволяють оцінити розкид значень показників по кожному кластеру та надають можливість визначення відмінностей середніх значень показників для аналізу торгівельно-економічного розвитку відповідних міжнародних об'єднань за групами.

Таблиця 3

Середньоквадратичні відхилення значень показників по кластерам інтеграційних об'єднань у глобальній системі міжнародної торгівлі в 2017 році (складено авторами за результатами кластерного аналізу)

Ознака	Кластер 1	Кластер 2	Кластер 3
x_1	2190870,00	1306420,00	28872,30
x_2	3460580,00	2165130,00	180491,00
x_3	2221850,00	1217990,00	29366,90
x_4	3563960,00	2165460,00	199292,00
x_5	202346,00	102125,00	33193,70
x_6	17293300,00	7467120,00	1360810,00
x_7	3097530,00	2023750,00	141660,00
x_8	206562,00	149814,00	26863,10
x_9	7427,91	13,61	12,48

Економічна інтерпретація середньоквадратичних відхилень по досліджуваних кластерах пояснює «скупченість» об'єднань третьої групи та досить великий «розкид» значень показників інтеграційних об'єднань першого кластеру.

Аналізуючи отримані кластери, можна зробити висновок про те, що більшість інтеграційних об'єднань відрізняються за основними показниками торгівельно-економічного стану, що свідчить про нерівномірний розвиток зовнішньої інтеграції в різних регіонах світу. За встановленими ознаками торгівельно-економічного розвитку станом на кінець 2016 р. – початок 2017 р. Україна входить до складу першого кластеру однорідних груп інтеграційних об'єднань світу. Таким чином, проведений аналіз дозволяє отримати об'єктивну структуру міжнародної інтеграції та визначити сучасне положення України у світовому інтеграційному просторі.

Отже, встановлено кластери однорідних угруповань інтеграційних об'єднань за критерієм їх торгівельно-економічного розвитку, який характеризується 9 елементарними ознаками, що є показниками, які відображаються в офіційних статистичних документах. Рівні значень запропонованих показників є аналітичною основою для кластеризації міжнародних інтеграційних об'єднань й передбачають подальший економічний аналіз для посилення активізації інтеграційної зовнішньоекономічної політики та визначення стратегічних перспектив розвитку інтеграційних процесів України у глобальній системі міжнародної торгівлі. Подальший детальний аналіз показників дозволяє провести поглиблену оцінку кожного з індикаторів торгівельно-економічного розвитку.

Одне із основних завдань аналізу міжнародних економічних відносин – визначення, в якому напрямку будуть розвиватися процеси міжнародної інтеграції у майбутній перспективі. З точки зору статистики це завдання зводиться до того, щоб вибрати індикатори та визначити їх значення, на підставі яких можна було б розділити майбутній стан розвитку інтеграційних процесів у міжнародному інтеграційному просторі. Одним із способів прийняття рішення про те, які індикатори та які їх значення краще дозволяють розрізняти ці категорії, є дискримінантний аналіз. Інакше кажучи, дискримінантний аналіз дає можливість побудувати модель, що буде передбачати спрямування міжнародних інтеграційних процесів. Але такий аналіз є досить складним і вимагає обробки великої кількості статистичних даних. Тому використання його у ручному режимі для аналізу руху інтеграційних процесів досить трудомістко. Таким чином, з метою автоматизації розрахунків для дискримінантного аналізу побудови моделей розвитку інтеграційних процесів використаємо програмний статистичний пакет Statgraphics Centurion.

Для аналізу відмінностей розвитку інтеграційних об'єднань необхідно визначити дискримінантні функції, які корисні для визначення диференціації розвитку та впливу системи міжнародної торгівлі на утворення відповідного кластеру, отриманого згідно виконаного кластерного аналізу, а також для одержання стійких взаємозв'язків показників, що визначають відповідні процеси. За обчисленими значеннями класифікаційних функцій (інформантів) визначаємо до якого класу найімовірніше віднести той чи інший об'єкт (інтеграційне об'єднання).

Для детального розгляду стану інтеграційних процесів у кожному із трьох сформованих кластерів виконаємо дискримінантний аналіз. Під дискримінантним будемо розуміти аналіз, що дозволяє вивчати відмінності між двома та більше групами об'єктів по декількох змінних (показниках) одночасно [18; 19]. Для визначення основних напрямків розвитку міжнародної інтеграції варто проаналізувати дискримінантні функції в стандартизованих змінних. Таким чином, згідно з проведеними розрахунками за допомогою програмного статистичного пакету Statgraphics Centurion до моделі відмінностей рівня розвитку інтеграційних процесів увійшло дві дискримінантні функції зі стандартизованими змінними. За допомогою алгоритму обчислення цього методу вони впорядковані послідовно за значеннями узагальнених власних чисел. Ця послідовність збігається і з власними числами у відсотках від їх загальної суми. При піднесенні кореляційних відношень до квадрату можна отримати індекси детермінації, які також підтверджують вагомість дискримінантних функцій. Статистики за критерієм Уїлкса демонструють відносний внесок перешкоди в загальну мінливість з урахуванням усіх функцій і при почерговому виключенні кожної наступної. За допомогою критерію Пірсона оцінена значущість статистик Уїлкса [20; 21].

Отже, рівняння диференціації розвитку інтеграційних процесів у 2017 р. має вигляд

першої дискримінантної функції в стандартизованих змінних:

$$f(x) = 8,67098 x_1 + 6,36273 x_2 - 9,60139 x_3 - 21,273 x_4 + 1,50212 x_5 + 5,68611 x_6 + 11,567 x_7 + 0,450606 x_8 - 0,167332 x_9 \quad (1)$$

Перша дискримінантна функція пояснює на 95% відмінності в розподілі інтеграційних об'єднань на кластери за критерієм їх розвитку в глобальній системі міжнародної торгівлі, отже є визначальною.

Обрахована дискримінантна функція дозволяє встановити рейтинг впливу показників торгівельно-економічного розвитку на диференціацію інтеграційних об'єднань. Вагові коефіцієнти при кожній змінній в (1) розподілилися наступними чином:

$$x_4 > x_7 > x_3 > x_1 > x_2 > x_6 > x_5 > x_8 > x_9.$$

Аналіз вагових коефіцієнтів при змінних в обрахованій функції (1) дозволяють зробити наступний висновок: відмінності розвитку інтеграції у світі складаються в такому рейтингу елементів міжнародної торгівлі: загальний обсяг імпорту об'єднання (x_4); загальний обсяг торгівлі (річний) (x_7); імпорт всередині об'єднання (x_3); експорт всередині об'єднання (x_1); загальний обсяг експорту об'єднання (x_2); ВВП (x_6); прямі іноземні інвестиції: внутрішні та зовнішні потоки і запаси (річні) (x_5); платіжний баланс, рахунки поточних операцій за вирахуванням (річний) (x_8); темпи зростання торгівлі (річні) (x_9).

Отже, використання методів дискримінантного аналізу дозволило відібрати найбільш інформативні коефіцієнти отриманої функціональної залежності диференціації сучасного розвитку інтеграції у глобальній системі міжнародної торгівлі. Кількісний аналіз, а саме відмінність в показниках у декілька разів свідчить про велику нерівномірність впливу визначених факторів на розвиток інтеграційних об'єднань у системі міжнародної торгівлі в регіонах світу.

На основі виконаного кількісного аналізу можна дійти висновку, що розвиток процесів міжнародної інтеграції України в системі глобальної торгівлі обумовлено, перш за все, зменшенням загального обсягу імпорту; у меншому ступені (вдвічі менше вплив) – збільшенням загального обсягу торгівлі за рік; практично з однаковим впливом – зменшенням імпорту та збільшенням експорту всередині об'єднання, а також загального обсягу експорту об'єднання та ВВП. У незначному ступені на розвиток процесів міжнародної інтеграції мають вплив прямі іноземні інвестиції: річні внутрішні та зовнішні потоки і запаси; платіжний баланс (річні рахунки поточних операцій) та темпи зростання торгівлі.

Отже, з урахуванням отриманих висновків, на рівні державного законодавства України можливо надати рекомендації щодо посилення стратегії підтримки вітчизняного виробництва з метою підвищення конкурентоспроможності українських товарів та послуг і, як наслідок, виходу з ними на міжнародні торгівельні ринки. Як показує проведений аналіз, саме це є значним резервом для розвитку торгівельно-економічних відносин України у міжнародному світогосподарському просторі. Тому така стратегія повинна стати ключовою для економіки країни, оскільки дозволить зменшити імпорт закордонних і збільшити експорт українських товарів та послуг, збільшити загальний обсяг торгівлі, а також «підняти» рівень ВВП та інших макроекономічних показників заради поліпшення рівня життя населення та економічної стабільності України. Досягнення поставлених завдань передбачає реалізацію ефективних заходів державної політики зовнішньоекономічної діяльності України в аспекті міжнародної інтеграції, яка перш за все базується на створенні сучасного механізму та інструментів стимулювання експортної діяльності країни.

Висновки і перспективи подальших розробок. На основі теоретико-логічного аналізу праць відомих фахівців у сфері міжнародної інтеграції, методичних рекомендацій Інституту економічного прогнозування НАН України та вітчизняної законодавчої бази обґрунтовано зміст та перелік торгівельно-економічних показників, які є базисом в

оцінюванні перспективного розвитку інтеграційних процесів у глобальній системі міжнародної торгівлі та є критеріями кластеризації міжнародних інтеграційних процесів й формують підґрунтя для порівняльного й подальшого детального економічного аналізу для формування інтеграційної зовнішньоекономічної політики України у глобальній системі міжнародної торгівлі.

За виявленими торгівельно-економічними ознаками встановлено однорідність досліджуваної сукупності інтеграційних об'єднань світу за класифікацією ЮНКТАД. На підставі виконаного кластерного аналізу визначено структуру сукупності міжнародних інтеграційних об'єднань. Це дозволило встановити альтернативні групи міжнародних інтеграційних об'єднань та визначити об'єктивну позицію України у глобальній системі міжнародної торгівлі.

За допомогою виконаного дискримінантного аналізу знайдено причинно-наслідковий зв'язок у вигляді функціональної залежності між показниками, які характеризують розвиток міжнародної інтеграції у глобальній системі міжнародної торгівлі та визначено найбільш інформативні. Кількісний аналіз вагових коефіцієнтів при показниках, а саме, їх значна відмінність між собою свідчить про велику нерівномірність впливу визначених факторів на рівень торгівельно-економічного розвитку інтеграційних об'єднань у системі міжнародної торгівлі в регіонах світу. Ступінь впливу визначених ознак можна застосовувати для аналізу проблем та перспектив розвитку інтеграції в аспекті зовнішньоекономічної політики України.

Література

1. O'Neill J. *The growth map: economic opportunity in the BRICs and beyond. A new geocivilizational divide and prospects for BRICS* // *International scientific and educational journal partnership of civilization*. 2014. No. 3–4.
2. Kozmenko S., Savchenko T., Kazarinov D. *Assessment of financial convergence of Ukraine with the CIS countries and the European Union* // *Banks and bank systems*. 2012. No. 4. Pp. 5–17.
3. Spitsyn A. T. *Global transformation and innovative modernisation of economics in XXI century*. Moscow: Economics, 2014. 320 p.
4. Kheyfets B. A. *Russia and the BRICS. New opportunities for mutual investments: monograph*. M.: Dashkov and K°, 2014. 220 p.
5. Babenko V., Sidorov V., Pankova Ju. *Modern imperatives of the development of the integration of foreign economic policy of Ukraine in the modern world economic space: monograph* // *International economic relations and sustainable development* / Ed. by O. Prokopenko, T. Kurbatova. – Ruda Śląska: Drukarnia i Studio Graficzne Omnidium, 2017. 272 p. Pp. 51–70.
6. Babenko V., Pasmor M., Pankova J., Sidorov M. *The place and perspectives of Ukraine in international integration space* // *Problems and perspectives in management*. 2017. Vol. 15. Issue 1. Pp. 80–92.
7. Бабенко В. О. *Розвиток інтеграційних процесів України та країн-членів БРІКС в умовах глобалізації* // *Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки*. 2016. № 3. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2016_3_3 (дата звернення: 16.01.2018).
8. Мичурина О. Ю. *Прогнозирование результатов интеграционных процессов на основе имитационного моделирования* // *Вестник Астрахановского государственного технического университета. Серия: Экономика*. 2014. № 2. С. 55–62.
9. Анисимов А. М., Широков А. А. *Проблемы разработки сценариев оценки долгосрочных эффектов интеграционных процессов на постсоветском пространстве* // *Проблемы прогнозирования*. 2013. № 5. С. 3–14.
10. Бурганова И. Н. *Сценарии межгосударственной интеграции на постсоветском пространстве в рамках СНГ* // *Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена*. 2015. № 22. С. 27–31.
11. Atsuko, Matsumura. *Regional trade integration by environmental goods* // *Tokyo international university, Saitama, Japan*. 2016. No. 31(1). Pp. 1–40.

12. Latoszek Ewa, Kotowska Irena E., Nowak Alojzy Z., Stępnia Andrzej. European integration process in the new regional and global settings. Warsaw: Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, 2012. 420 p.
13. Robson P. The economics of international integration. Ed. 4. London and New York: Routledge, 1998. 333 p.
14. Gilpin, R. Global political economy: understanding the international economic order. Princeton: Princeton University Press, 2001. 436 p.
15. UNCTAD: Trade and development report, 2017. URL: <http://unctad.org/en> (дата звернення: 17.01.2018).
16. BRICS joint statistical publication: 2017; Brazil, Russia, India, China, South Africa // Rosstat. M.: Statistics of Russia, 2017. 235 p.
17. The Global Competitiveness Report 2016–2017 / Ed. K. Schwab, X. Sala-i-Martin. Geneva: World Economic Forum, 2017. 565 p.
18. Бабенко В. О., Пасмор М. С. Прогнозування стратегії міжнародної інтеграції України у світовому інтеграційному просторі: монографія // Актуальні проблеми прогнозування поведінки складних соціально-економічних систем / За ред. О. І. Черняка, П. В. Захарченко. Бердянськ: Видавець Ткачук О. В., 2016. 512 с. С. 53–65.
19. Babenko V. O., Petukhova V. O., Perepelitsia A. S. Forming of informatization strategic prospects for Ukraine in conditions of world economy globalization // Scientific bulletin of Polissia. 2017. № 2 (10). Vol. 1. Pp. 24–34.
20. Бабенко В. О., Петухова В. О., Сідоров М. В. Дослідження стратегічних перспектив розвитку інтеграційних процесів України у глобальній системі міжнародної торгівлі // Технологічний аудит і резерви виробництва. 2016. № 3/5 (29). С. 41–48.
21. Сідоров В. І., Бабенко В. О., Пасмор М. С. Торгово-економічна складова регіональних економічних процесів в умовах глобалізації // Бізнес Інформ. 2016. № 6. С. 31–37.

References

1. O'Neill, J. (2017). The growth map: economic opportunity in the BRICs and beyond. A new geocivilizational divide and prospects for BRICS, International scientific and educational journal partnership of civilization, No. 3–4.
2. Kozmenko, S., Savchenko, T., Kazarinov, D. (2012). Assessment of financial convergence of Ukraine with the CIS countries and the European Union, Banks and bank systems, No. 4, pp. 5–17.
3. Spitsyn, A. T. (2014). Global transformation and innovative modernisation of economics in XXI century, Economics, Moscow, 320 p.
4. Kheyfets, B. A. (2014). Russia and the BRICS. New opportunities for mutual investments: monograph, Dashkov and K°, Moscow, 220 p.
5. Babenko, V., Sidorov, V., Pankova, Ju. (2017). Modern imperatives of the development of the integration of foreign economic policy of Ukraine in the modern world economic space: monograph, International economic relations and sustainable development. Ed. by O. Prokopenko, T. Kurbatova., Drukarnia i Studio Graficzne Omnidium, Ruda Śląska, 272 p., pp. 51–70.
6. Babenko, V., Pasmor, M., Pankova, Ju, Sidorov, M. (2017). The place and perspectives of Ukraine in international integration space, Problems and perspectives in management, Vol. 15, Issue 1, pp. 80–92.
7. Babenko, V. O. (2016). Development of integration processes of Ukraine and the BRICS member countries in the globalization conditions [Rozvytok intehtatsiinykh protsesiv Ukrainy ta krainchleniv BRIKS v umovakh hlobalizatsii], Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii. Seriia: Ekonomichni nauky, No. 3, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2016_3_3 [in Ukrainian]
8. Michurina, O. Yu. (2014). Forecasting the results of integration processes on the basis of simulation modeling [Prognozirovanie rezultatov integratsionnykh protsessov na osnove imitatsionnogo modelirovaniya], Vestnyk Astrakhanovskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta. Seriya: Ekonomika, No. 2, s. 55–62 [in Russian]

9. Anisimov, A. M., Shirov, A. A. (2013). Problems of scenario development for estimating the long-term effects of integration processes in the post-soviet space [Problemy razrabotki stsensariiev otsenki dolgosrochnykh effektov integratsionnykh protsessov na postsovetском prostranstve], Problemy prognozirovaniya, No. 5, s. 3–14 [in Russian]
10. Burganova, I. N. (2015). Scenarios of inter-state integration in the post-soviet space within the CIS [Stsenarii mezhgosudarstvennoy integratsii na postsovetском prostranstve v ramkakh SNG], Izvestiya Rossiyskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A. I. Gertsena, No. 22, s. 27–31 [in Russian]
11. Atsuko, Matsumura (2016). Regional trade integration by environmental goods, Tokyo international university, Saitama, Japan, No. 31(1), pp. 1–40.
12. Latoszek, Ew., Kotowska, Ir., Nowak, Al., Stępnia An. (2012). European integration process in the new regional and global settings, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, 420 p. [in Polish]
13. Robson, P. (1998). The economics of international integration, London and New York: Routledge, 333 p.
14. Gilpin, R. (2001). Global political economy: understanding the international economic order, Princeton: Princeton University Press, 436 p.
15. UNCTAD: Trade and development report, 2017, available at: <http://unctad.org/en>.
16. BRICS joint statistical publication: 2017; Brazil, Russia, India, China, South Africa (2017), Statistics of Russia, Moscow, 235 p.
17. The Global Competitiveness Report 2016–2017 (2017). Ed. by K. Schwab, X. Sala-i-Martin, World Economic Forum, Geneva, 565 p.
18. Babenko, V. O., Pasmor, M. S. (2016). Forecasting of the strategy of Ukraine's international integration in the world integration area: monograph [Prohnozuvannia stratehii mizhnarodnoi intehtatsii Ukrainy u svitovomu intehtatsiinomu prostori: monohrafiia], Actual problems of predicting the behavior of complex socio-economic systems. Ed. by O. I. Chernyak, P. V. Zakharchenko [Aktualni problemy prohnozuvannia povedinky skladnykh sotsialno-ekonomichnykh system; za red. O. I. Cherniaka, P. V. Zakharchenko], Vydavets Tkachuk O. V., Berdiansk, 512 s., s. 53–65 [in Ukrainian]
19. Babenko, V. O., Petukhova, V. O., Perepelitsia, A. S. (2017). Forming of informatization strategic prospects for Ukraine in conditions of world economy globalization, Scientific bulletin of Polissia, No. 2 (10), Vol. 1, pp. 24–34.
20. Babenko, V. O., Petukhova, V. O., Sidorov, M. V. (2016). Research of strategic prospects for the development of Ukraine's integration processes in the global system of international trade [Doslidzhennia stratehichnykh perspektyv rozvytku intehtatsiinykh protsesiv Ukrainy u hlobalnii systemi mizhnarodnoi torhivli], Tekhnolohichniy audyt i rezervy vyrobnytstva, No. 3/5 (29), s. 41–48 [in Ukrainian]
21. Sidorov, V. I., Babenko, V. O., Pasmor, M. S. (2016). Trade and economic component of regional economic processes in the conditions of globalization [Torhovo-ekonomichna skladova rehionalnykh ekonomichnykh protsesiv v umovakh hlobalizatsii], Biznes Inform, INZhEK, No. 6, s. 31–37 [in Ukrainian]

***ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ
НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ***

УДК 338.2

Наталія Анатоліївна СТЕПАНЮК

кандидат економічних наук, доцент кафедри філософії, економіки та менеджменту освіти, Рівненський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти,
e-mail: stepanuk@ua.fm, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8848-262X>

**ВПЛИВ СУЧАСНОГО РЕФОРМУВАННЯ НА РОЗВИТОК
НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ**

Степанюк, Н. А. Вплив сучасного реформування на розвиток національної економіки // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць (ISSN 2313-4569); за ред. М. І. Зверькова (голов. ред.) та ін. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2018. № 1 (65). С. 50–59.

Анотація. У статті досліджено історичний розвиток економіки України за роки незалежності. Визначено основні проблеми сучасного реформування. Проаналізовано причини занепаду української економіки та досліджено передумови виникнення кризи. Узагальнено найбільш вагомі причини негативного розвитку економіки, серед яких спостерігаються внутрішні й зовнішні, об'єктивні та суб'єктивні впливи. Запропоновано перелік чинників, які найбільше вплинули на негативну динаміку національної економіки, а саме: розмитість мети, стратегії й тактики розвитку України; неефективне державне управління економікою; недобросовісна та хаотична приватизація в Україні; застарілий державний менеджмент; зростання державного боргу через лобіювання приватних інтересів урядовцями; нестабільність банківської сфери; несприятливий інвестиційний клімат; втрата суверенності держави; катастрофічне зниження чисельності населення країни.

Ключові слова: національна економіка; сучасне реформування; криза; державне управління; реформування економіки.

Наталья Анатольевна СТЕПАНЮК

кандидат экономических наук, доцент кафедры философии, экономики и менеджмента образования, Ровенский областной институт последипломного педагогического образования, e-mail: stepanuk@ua.fm, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8848-262X>

**ВЛИЯНИЕ СОВРЕМЕННОГО РЕФОРМИРОВАНИЯ НА РАЗВИТИЕ
НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ**

Степанюк, Н. А. Влияние современного реформирования на развитие национальной экономики // Вестник социально-экономических исследований: сб. науч. трудов (ISSN 2313-4569); под ред. М. И. Зверькова (глав. ред.) и др. Одесса: Одесский национальный экономический университет. 2018. № 1 (65). С. 50–59.

Аннотация. В статье исследовано историческое развитие экономики Украины за годы независимости. Определены основные проблемы современного реформирования. Проанализированы причины упадка украинской экономики и исследованы предпосылки возникновения кризиса. Обобщены наиболее значимые причины негативного развития экономики, среди которых наблюдаются внутренние и внешние, объективные и субъективные влияния. Предложен перечень факторов, оказавших наибольшее влияние на негативную динамику национальной экономики, а именно: размытость цели, стратегии и тактики развития Украины; неэффективное государственное управление экономикой; недобросовестная и хаотичная приватизация в Украине; устаревший государственный менеджмент; рост государственного долга из-за лоббирования частных интересов правительства; нестабильность банковской сферы; неблагоприятный инвестиционный климат; потеря суверенитета государства; катастрофическое снижение численности населения страны.

Ключевые слова: национальная экономика; современное реформирование; кризис; государственное управление; реформирование экономики.

Nataliia STEPANIUK

PhD in Economics, Associate Professor, Department of Philosophy, Economics and Management of Education, Rivne Regional Institute of Postgraduate Pedagogical Education,
e-mail: stepanuk@ua.fm, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8848-262X>

INFLUENCE OF MODERN REFORMING ON THE NATIONAL ECONOMY DEVELOPMENT

Stepaniuk, N. (2018), *Influence of modern reforming on the national economy development*. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Vplyv suchasnoho reformuvannia na rozvytok natsionalnoi ekonomiky; za red.: M. I. Zveriakova (gol. red.) ta in.], *Socio-economic research bulletin; Visnik social'no-ekonomichnih doslidzen'* (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 1 (65), pp. 50–59.

Abstract. The article deals with the historical development of the Ukrainian economy during the years of independence. The main problems of modern reforms are determined. The main reasons for the decline of Ukrainian economy are analyzed and preconditions for the emergence of the crisis are investigated. The most important reasons for the negative development of the economy, which include internal and external, objective and subjective influence, are summarized. The list of factors that most commonly affected the negative dynamics of the national economy is proposed, namely: the blurring of the purpose, strategy and tactics of Ukraine's development; inefficient state management of the economy; indecent and chaotic privatization in Ukraine; outdated public management; the growth of public debt through lobbying for private interests by government officials; instability of the banking sector; unfavorable investment climate; loss of sovereignty of the state; catastrophic population decline.

Keywords: national economy; modern reforming; crisis; public administration; reforming the economy.

JEL classification: E200; H110; P110

Постановка проблеми у загальному вигляді. Протягом багатьох років реформування економіки України визначається як один із базових інструментів покращення життя населення, виходу із кризи та зайняття гідного місця у світовій господарській системі. Проте, порівняно з іншими країнами світу, українські реформи проходять менш ефективно й мають частіше негативні впливи на соціально-економічний стан як держави в цілому, так і її регіонів. Отже, низька результативність реалізованих у попередні роки реформ, відсутність теоретико-методологічного обґрунтування структурно-логічної моделі послідовності процесів реформування економіки України та її регіонів на всіх рівнях суттєво уповільнюють реалізацію сучасних реформ. У зв'язку з цим виникає протиріччя між необхідністю швидкого й ефективного проведення реформ для підвищення конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості України, з одного боку, і невизначеністю в методологічному й методичному плані щодо формування організаційно-економічного механізму реформування економіки України та її регіонів.

Саме тому національна економіка України може відповідати на виклики кризових коливань та вирішувати завдання динамічного розвитку лише на основі економічного зростання. Усе це зумовлює актуальність та науково-практичну значущість проведення досліджень у сфері аналізу результативності проведених економічних реформ в Україні.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. У сучасній економічній літературі дослідженню українських реформ та їх наслідків присвячено праці багатьох економістів і політичних діячів, зокрема, таких як: В. Бодрова, Н. Балдич, О. Сафронова [1], Е. Лібанова [2] та ін.

Узагальненням досвіду щодо реалізації реформ на макроекономічному рівні в зарубіжних країнах та проведенням оцінок впливу позитивних і негативних наслідків реформ на соціально-економічний розвиток займаються такі вчені, як О. І. Амоша, В. П. Антонюк, Л. Г. Мельник [3], В. М. Гесць [4], В. М. Полтерович [5], Л. В. Шинкарук [6], Л. А. Кравченко [7], П. Самуельсон [8] та ін.

Як зазначає засновник теорії реформ В. М. Полтерович, у сфері дослідження реформування економічна наука зазнала наймасштабнішої катастрофи. Адже в країнах колишнього СРСР вона виявилася неспроможною спрогнозувати всю глибину негативних наслідків реформ. Лібералізація цін сприяла їх швидшому та тривалішому зростанню, ніж прогнозувалося експертами. Прагнення стабілізувати ціни зумовило формування неплатоспроможності та перехід до бартеру. Реформування податкової системи створило

тіньову економіку. Послаблення державного контролю, що мало за мету створення конкурентного середовища, створило неабияке розповсюдження корупції [5].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Віддаючи належне досягненням науковців щодо опрацювання зазначеної проблематики, залишається місце для подальшого поглибленого дослідження проблем та ризиків сучасного реформування національної економіки. Сучасні підходи до реформування, нажаль, рідко враховують причини попередніх невдач. Вважаємо, що саме аналіз здійснених реформ в історичному розвитку і може дати відповідь на те, чому є значні проблеми в національній економіці та яким шляхом реформування варто йти далі.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження впливу сучасних реформ на розвиток національної економіки України та визначення основних результатів. Для досягнення поставленої мети використані такі методи: аналізу та синтезу – для аналізу й оцінки результатів соціально-економічних реформ; абстрактно-логічний – для узагальнення основних помилок, які були допущені на попередніх етапах реформування економічної системи країни; системно-логічний – для визначення чинників, які впливають на організацію процесу розробки напрямів подальшого реформування економіки України; графічний – для ілюстрації висновків, отриманих за результатами дослідження.

Завдання, які потребують вирішення: охарактеризувати сучасний стан реформ; визначити їх результативність та причини негативного розвитку економіки України; дослідити ці причини в розрізі можливих наслідків у майбутньому.

Виклад основного матеріалу дослідження. Творення нової держави завжди супроводжується бурхливими процесами трансформації в житті людей. Це стосується економічної, політичної, соціальної, екологічної та інших сфер. Україна йшла таким же шляхом, але порівняно з іншими країнами Східної Європи результативність реформ є незадовільною. М. Павловський пропонує до стратегічних помилок, здійснених у перші роки реформ, віднести такі: реформи почалися без мети, безсистемно, без формування промислової політики; був обраний шлях до дикого капіталізму; державу повністю відлучили від регулювання економіки; у тодішніх політичних і економічних лідерів спрацювала більшовизація мислення: від однієї крайності в розвитку суспільства – державного соціалізму (стовідсоткове втручання держави в економіку), до іншої – класичного (дикого) капіталізму (нуль відсотків втручання держави в економіку), хоча обидві ці системи вичерпали себе у XX столітті; від однієї класичної економічної теорії Маркса до іншої, теж однієї – монетарної, Фрідмена, у той час як у розвинутих країнах опираються одночасно на сукупність економічних теорій [9, с.62–63]. Крім того, на початку реформування в Україні не були створені умови для розвитку вітчизняного промислового виробництва, внаслідок чого ринкова система не мала точки опори. Фінансова інфраструктура також не відповідала потребам виробництва, а первісне нагромадження капіталу відбувалося не за рахунок реального виробництва, а за рахунок перерозподілу капіталів, створених за радянських часів.

Проаналізувавши основні причини зниження загального розвитку національної економіки України за роки незалежності, було виявлено, що, нажаль, країна не змогла скористатися перевагами самостійності та незалежності і, тому сподівання українців на краще життя не виправдалися. Особливо постраждала економіка й соціальні умови життя за останні роки – 2014–2017. Серед найбільш вагомих причин негативного розвитку економіки прослідковуються внутрішні й зовнішні, об'єктивні та суб'єктивні обставини, серед них:

1. Розмитість мети, стратегії й тактики розвитку України. З початку незалежності загальні підходи до планування, формування цілей і далі нагадували соціалістичне планування. Змінилося лише те, що не було обов'язковості виконання, контролю та відповідальності. Вступивши в еру ринкових відносин, уряд країни не доклав відповідних зусиль, не застосував необхідні методи, а відпустив регулювання на самотік. Без державної підтримки почалося тотальне знищення потенціалу України: деградувала економіка, зруйнувався потужний національний капітал, відбулося нарощення державних боргів.

Багато років Україна рухалася в своєму розвитку до «покращення», яке було лише на словах і не закріплювалося ніякими законодавчими актами. З часом, стратегічною державною метою було проголошено – «вступ до НАТО та інтеграцію в ЄС».

Погоджуємося з науковцями, які вбачають, що ця мета була сформульована неправильно, оскільки, під метою державного розвитку будь-якої цивілізованої країни треба розуміти досягнення комплексу соціально-економічних, екологічних та інших стандартів, які формують певний рівень якості життя населення країни на зазначену перспективу [10, с.31]. Досягнення поставленої мети можливе лише за умови постійного нарощування науково-виробничого та фінансово-економічного потенціалу країни, які визначають усі інші сторони суспільного розвитку. Вступ до ЄС, НАТО або інших союзів, регіональних об'єднань можна вважати лише формою, певним етапом досягнення головної мети.

Аналізуючи стосунки ЄС з Україною сьогодні можна констатувати, що з часом соціально-економічні й політичні умови стають дедалі жорсткіші. Зважаючи, що соціально-економічний потенціал країни постійно знижується, то вступ до ЄС виглядає все менш ймовірним. Крім цього Україна не має коштів для переозброєння та має військовий конфлікт з країною зі значним військовим потенціалом. Складається враження, що для Європейського союзу вигідніше кредитувати Україну, ніж приймати державу зі зруйнованою економікою.

Отже, всі зміни, що відбулися в Україні від революцій до реформування різних сфер показали, що не варто очікувати позитивних результатів відродження нації за рахунок зовнішніх факторів. Довгі роки Україна живе без чіткої стратегії розвитку держави крім ефемерних сподівань щодо входження до ЄС і НАТО. Лише в 2016 році затверджена «Стратегія–2020», але і її виконання передбачається в перспективі.

2. Неефективне державне управління економікою, недобросовісна та хаотична приватизація в Україні. Україна змінила курс розвитку на роздержавлення та приватизацію соціалістичної власності. Для обґрунтування необхідності приватизації в країнах колишнього соціалістичного табору західні фахівці (не вчені-економісти, а організації, які протидіяли розвитку країн соціалістичного табору) використали теоретичну спадщину А. Сміта 1729–1790 рр. та його послідовників, яка відображає епоху вільного підприємництва, вільного ринку. Коротко суть цієї класичної теорії полягає в такому: економікою керує «невидима рука» у вигляді ринкової конкуренції, втручання в управління економікою з боку держави шкідливо, індивідуальні підприємці, використовуючи свої особисті економічні інтереси, у загальній своїй сукупності принесуть країні більше доходів, ніж централізовано керована економічна система [10, с.32].

Відпустивши все на самотік та зайнявшись розбудовою власного бізнесу та своїх інтересів, уряд країни втратив відчуття реальності подій та зовсім не піклувався про майбутнє прийдешніх поколінь. Механізм приватизації став схожим на схему максимального та швидкого захоплення керівниками держави та членами уряду державної власності. При його впровадженні замість детального вивчення помилок, допущених у роки соціалізації, дослідження закономірностей розвитку форм власності, досвіду розвинених країн з приватизації й націоналізації окремих секторів економіки був взятий курс на повальну приватизацію державної власності.

Процес приватизації державного майна затягнувся на десятиліття тому, що в Україні до початку приватизації державна власність становила 85,4%. Проте ризики від цього процесу (можлива втрата робочих місць, зарплата, державна компенсація збитків тощо) ніким оцінені не були. Було проведено масову, повальну приватизацію, без належної оцінки позитивних і негативних соціально-економічних, екологічних, ідеологічних та інших наслідків. Багато підприємств були доведені до банкрутства або було розкрадене та продане все їхнє майно. З 1999 р. був змінений підхід до приватизації великих підприємств з урахуванням оцінки їх ліквідності та інвестиційної привабливості.

Основним в державному управлінні економікою є вміле використання регуляторних підходів, які були втрачені, а соціальні, екологічні й державні інтереси країни були розмиті та не зрозумілі, на перший план вийшли інтереси великих приватних власників.

Сьогодні зрозуміло, що неможливо вирішити фундаментальні завдання в країні, якщо продовжувати політику дроблення потужних виробничих комплексів шляхом їх приватизації. Але й після 26-річного невдалого реформування економіки наразі спостерігаються необдумані та хаотичні дії керівництва України.

Підтримуючи думку фахівців, вважаємо, що для проведення приватизації залишків державної власності у вигляді великих заводів, сільськогосподарських земель, високотехнологічних об'єктів необхідно терміново скористатися позитивним досвідом зарубіжних країн та прорахувати очікувані ризики від таких дій. Оскільки, як зазначають сучасні науковці, можна з повною впевненістю очікувати, що після цих кроків Україна як велика суверенна держава припинить своє існування [10, с.34].

3. Застарілий державний менеджмент. Зі створенням нової держави при владі залишилися колишні комуністичні діячі. У них вже були сформовані свої методи та підходи до управління державою. З початком дії ринкового регулювання національною економікою стало зрозуміло, що для входження України як повноправного члена до світового простору, необхідно визначитися з курсом її розвитку.

В умовах глобалізації стратегічним курсом України обрано інтеграцію в Євросоюз. Для досягнення цієї мети Україна має наблизитися до основних стандартів і критеріїв, обов'язкових для членства. Головною умовою для країн-претендентів є досягнення європейських стандартів рівня і якості життя, в яких визначальним показником є ВВП на душу населення. Згідно з Копенгагенськими критеріями вступу до Євросоюзу, щоб стати тільки кандидатом на вступ до ЄС, необхідно мати ВВП на душу населення на рівні 4–6 тис. дол. США на рік [10, с.34]. Зважаючи на сьогоднішнє падіння соціально-економічних показників в Україні, приєднання до ЄС відійшло ще в дальшу перспективу.

Значним ударом для економіки ЄС став вихід Великої Британії. Економічне й політичне ослаблення ЄС спричинили масову міграцію бідного населення з країн Близького Сходу та Африки. Але, якщо поки розширення ЄС не передбачається, то Україна ще має надію на вступ до ЄС з політичних міркувань. Хоча, і це видається неможливим, зважаючи на військовий конфлікт на Донбасі та вкрай низький рівень життя громадян країни. Сьогодні Україна цікава для Європи як сировинний придаток, що не передбачає можливості рівноправного членства.

4. Зростання державного боргу через лобіювання приватних інтересів урядовцями. Більшість представників уряду мають власний бізнес і всі нормативно-правові акти, що приймаються, направлені на розширення та покращення цього бізнесу, інколи, і поза інтересами суспільства. Цю ситуацію віддзеркалюють рейтинги багатих людей світу, де кожен рік додаються заможні українці. І це відбувається на фоні тотального зубожіння населення України.

Ця жахлива картина доповнюється безвідповідальністю за неефективне управління економікою, непродумане реформування та невідповідне витрачання кредитів, отриманих від МВФ та інших кредиторів. На тлі відсутності стратегічних планів безконтрольно витрачаються як бюджетні, так і запозичені кошти.

Жоден уряд не прозвітував про напрями та ефективність витрачання кредитів, отриманих від міжнародних фондів. Зовнішній борг зріс до 980185 млн. грн. Кожен громадянин від немовляти до глибокого старого вже винен більше тисячі дол. США [11].

Продовження зубожіння населення та неможливість щось змінити остаточно підриває рівень довіри громадян до державного управління в Україні.

5. Нестабільність банківської сфери. З початку незалежності в Україні почали створюватися нові комерційні банки. За період кризових 2008 та 2014 років більшість з них припинили своє існування. Оскільки НБУ не виконував свою регулюючу функцію багато вкладників втратили заощадження.

Після революційних процесів 2014 року відбулася зміна керівництва НБУ, але і вона не призвела до зміцнення банківської системи, навпаки, спричинила її подальшу дестабілізацію. НБУ замість підтримки комерційних банків проводив дії, які

розбалансовували всю фінансову систему. Зрештою населення масово почало знімати свої банківські вклади і закуповувати валюту. Вартість кредитів зросла, що вплинуло на зниження активності підприємницької діяльності. За цей час відбулися зміни, які відкинули економіку України на декілька років назад: більше ніж у 3 рази девальвувала національна валюта, наполовину скоротилася кількість комерційних банків з втратою тисяч робочих місць, понад 90 млрд. дол. США були вилучені з обігу, що відповідає обсягу ВВП України, збільшилася недовіра населення до української банківської системи [12].

6. Несприятливий інвестиційний клімат. За прикладом багатьох іноземних країн, які виходили із кризи, важливим етапом стало залучення інвестицій в різні галузі. Макроекономічна стійкість країн до зовнішніх криз значною мірою залежить від їх спроможності не допустити втрати інвестиційної привабливості, інвестиційного обвалу, скорочення інвестиційних ресурсів.

Нажаль, Україні не вдалося запобігти інвестиційним втратам, а з тим – значущість країни для світової економіки помітно зменшилася (економічне зростання та зміна частки інвестицій набули від’ємних значень) [13, с.180].

Як приклад, світове посткризове відновлення вкотре підкреслило вагомість інвестицій для забезпечення економічної міцності країни. На жаль, в Україні інвестиційні втрати 2008–2009 рр. суттєво погіршили готовність світових інвесторів до входження в країну, а нерациональна інвестиційна політика 2010–2013 рр. по суті відвернула (вітчизняних і міжнародних) інвесторів від української економіки, наслідком чого є подальше зниження інвестиційного потенціалу. Цікавим для нашого дослідження є індекс інвестиційної привабливості розрахований Європейською Бізнес Асоціацією (ЕБА) (рис. 1).

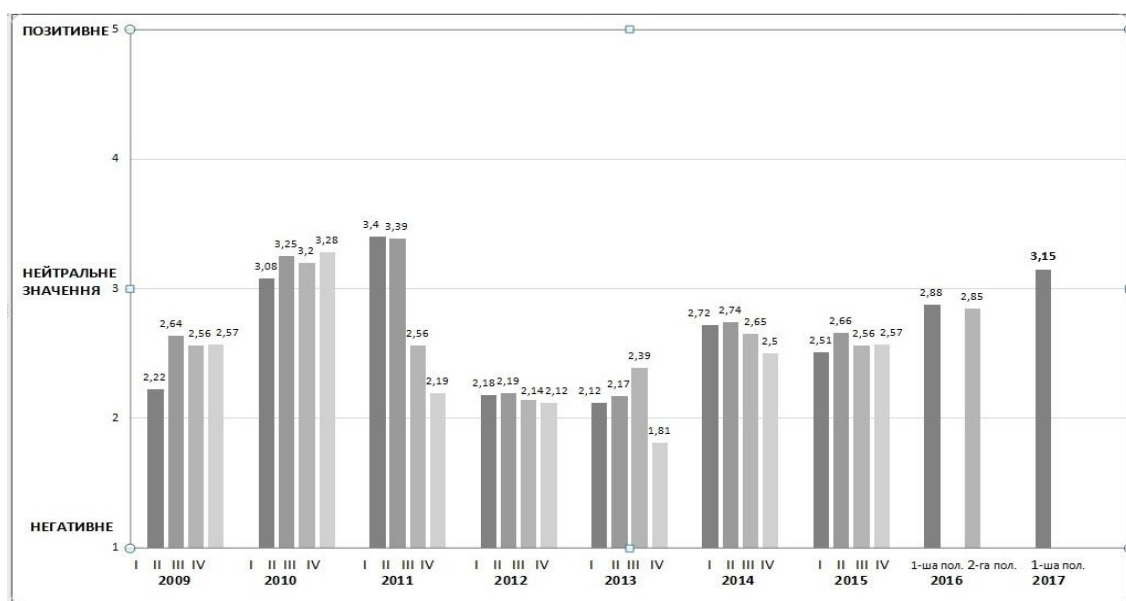


Рис. 1. Індекс інвестиційної привабливості України з 2009 по 2017 рр. [14]

У 2017 році індекс інвестиційної привабливості України досяг максимуму за останні шість років – 3,15 бала за 5-бальною шкалою. Європейська Бізнес Асоціація проводила дослідження за допомогою опитування керівників 142 найбільших міжнародних і українських компаній [14]. При цьому індекс 2016 року в червні становив 2,88 бала. Останній раз позначка індексу перетнула кордон у 3 бали лише наприкінці 2011 року. Результати опитування показали, що негативні настрої бізнесменів не зникли, але ослабли. Це зростання підтверджується непоганою ситуацією на ринках біржових товарів, де Україна є активним гравцем (зернові, сільгоспвиробництво, метали і руда).

Отже, до основних ризиків, що стримують інвесторів можна віднести: негативні тенденції в економіці; слабку фінансову дисципліну; високий рівень податків;

непередбачувану внутрішню й зовнішню політику; низький рівень довіри до системи державного управління; слабке антимонопольне регулювання; політичну монополію, надмірне боргове навантаження; високий рівень корупції; узурпацію влади та військову агресію. Переважно тягарем та перепорою для інвесторів є відсутність умов вільного підприємництва, перепони з боку місцевих органів влади чи навіть прямі корупційні вимоги.

7. Втрата суверенності держави. Після революційних процесів 2014 року в Україні почалися критичні зміни, які стосувалися цілісності території держави. Важкими для свідомості українців стали: втрата Автономної Республіки Крим та початок військових дій на території Донецької та Луганської областей. Це все відбулося на тлі спаду економіки й зниження якості життя населення України. Істотну частку доволі скромного державного бюджету (8,7%) доводиться витратити на військові потреби. Усього на оборону, охорону громадського порядку й судову владу припадає 19,2% з усіх витрат держбюджету за 2016 р. Для порівняння: на оплату праці з нарахуваннями на зарплату – 15,4%, на охорону здоров'я – 1,8%, на всі національні академії (наук, педагогічна, медична, сільськогосподарська) – 0,8% [10, с.37]. Уже четвертий рік продовжується військовий конфлікт в Україні, що негативно впливає на всі сфери життя і, найкритичніше те, що гинуть люди.

8. Катастрофічне зниження чисельності населення. Зниження рівня життя в Україні (галопаюча інфляція, зниження купівельної спроможності, підвищення житлово-комунальних тарифів) призвело до відтоку населення до інших країн. Крім цього, останні події – анексія Криму та бойові дії на Сході країни – стали потужними міграційними стимулами, що витісняють тисячі українців за кордон у пошуках притулку, з метою тимчасового або постійного проживання в інших країнах. Якщо на початку 90-х років випадки виїзду за кордон з метою працевлаштування були поодинокі, то сьогодні зовнішня міграція набуває глобального виміру.

Міграційна ситуація в Україні характеризується стабільною щорічною, починаючи з 1994 року, чисельною перевагою еміграції над імміграцією. Проте, незважаючи на таку ситуацію, до сьогодні в Україні відсутнє повноцінне міграційне законодавство за стандартами Євросоюзу та загальновизнаними принципами й нормами міжнародного права, немає належної міграційної статистики, недостатня кількість комплексних наукових досліджень міграційних процесів із визначенням їхніх тенденцій і наслідків для всіх сфер суспільного життя [15, с.120]. Як наслідок, з 1990 по 2017 роки населення України зменшилося більше ніж на 20%.

До основних видів міграції, поширених в Україні, належать освітня та трудова. В Україні важливим чинником, що вплинув на поглиблення освітньої міграції є посилення економічної кризи та занепад вітчизняної системи освіти [16]. Відносно трудової міграції, то вона стала в нашій державі об'єктивною реальністю. Деякі експерти й дослідники називають Україну одним із найбільших донорів робочої сили в Європі.

Сьогодні, за різними даними, за кордоном у різних країнах світу працюють від 4 до 8 мільйонів українців. Україна продовжує залишатися країною походження трудових мігрантів як для країн СНД, так і для ЄС [17, с.121].

Зарубіжний дослідник Ф. Дювел, посилаючись на дані Світового банку, називає Україну другою країною в світі, після Мексики, за величиною міграційного коридору, третьою в списку країн походження емігрантів, після Індії та Китаю, та четвертою в списку приймаючих країн, після Німеччини. Кількісно еміграція оцінена ним у межах 4–15% усього населення або 20% працездатного населення [18].

Головними умовами для запобігання зростанню незворотної міграції українців і повернення їх на батьківщину є встановлення миру, забезпечення соціальної справедливості, зміни у політиці доходів, передусім в оплаті праці, створення робочих місць, а також викорінення корупції та розвиток громадянського суспільства [17, с.132].

Розглянутий перелік причин спаду української економіки можна продовжувати і доповнювати іншими політичними, організаційно-господарськими, правовими,

екологічними, економічними та іншими впливами. Але й ці причини характеризують кризову динаміку розвитку української економіки.

Отже, сьогодні необхідним є наукове обґрунтування структури економічних реформ. Узагальнення провідних розробок вітчизняних та зарубіжних учених з проблем реформування економіки, а також досвіду інших країн світу з реформування дозволило сформувати такі необхідні складові теоретико-методологічного комплексу з обґрунтування структури реформ в Україні, як: стратегічна мета, концепція й модель визначення послідовності етапів реформування економіки України та її регіонів; комплекс теоретичних і методично-прикладних положень щодо визначення поетапності реформування; методичні положення та інформаційне забезпечення щодо проведення реформ у регіонах України; організаційно-економічний механізм цілісного реформування економіки України та регіонів.

Одним із важливих завдань для українських урядовців і політиків залишається подолання кризового спаду виробництва та споживання. Державне антикризове регулювання спрямоване на вироблення заходів зі стабілізації економіки під час кризових потрясінь; захист ключових підприємств, що перебувають у стратегічно важливих галузях, від кризових процесів, що протікають в економіці [19, с.66].

Висновки і перспективи подальших розробок. В умовах кризи та військової загрози зростає необхідність поєднання ринкових механізмів з державним регулюванням соціально-економічних процесів на всіх рівнях – від національного до місцевого. Сьогодні найважливіше, щоб українські політичні та економічні діячі усвідомили усю небезпеку економічної кризи та спільно й активно діяли для подолання сучасних проблем, розвитку демократії та європейських цінностей у державі.

Головні напрями державного регулювання економіки мають стосуватися антикризових заходів та стимулювати зростання національного виробництва шляхом гарантування політичної та фінансової стабільності. Україні потрібно якомога швидше виробити стратегію залучення інструментів та механізмів підтримки ринкових реформ ЄС і використовувати кращий досвід країн ЄС у трансформації соціально-економічної системи.

В перспективі подальших розробок вбачаємо доповнення переліку чинників, які найбільше вплинули на негативну динаміку національної економіки, його критичний аналіз та розробку антикризових заходів для кожного проаналізованого напрямку.

Література

1. Бодров В. Г., Балдич Н. І., Сафронова О. М. *Державне управління у фінансово-економічній сфері: навч.-метод. матеріали* / Уклад. В. М. Гаврилюк. К.: НАДУ, 2013. 88 с.
2. *Людський розвиток в Україні: можливості та напрями соціальних інвестицій: колективна наук.-аналітична монографія* / За ред. Е. М. Лібанової. К.: Інститут демографії та соціальних досліджень НАН України, Держкомстат України, 2006. 355 с.
3. *Людський капітал регіонів України в контексті інноваційного розвитку: монографія* / В. П. Антонюк, О. І. Амоша, Л. Г. Мельник та ін. // НАН України. Інститут економіки промисловості. Донецьк, 2011. 308 с.
4. Геєць В. М. *Нестабільність та економічне зростання: монографія*. К.: Інститут економіки та прогнозування НАН України, 2000. 344 с.
5. Полтерович В. М. *Элементы теории реформ*. URL: http://www.cemi.rssi.ru/publication/newbooks/theory-ref/th-ref_intr.php (дата обращения: 11.01.2018).
6. *Структурні зміни та економічний розвиток України: монографія* / В. М. Геєць, Л. В. Шинкарук, Т. І. Артёмова та ін.; за ред. Л. В. Шинкарук. К.: Інститут економіки та прогнозування НАН України, 2011. 696 с.
7. *Державне регулювання реалізації економічного потенціалу України в умовах глобалізації: монографія* / За заг. ред. Л. А. Кравченко. Сімферополь: Фенікс, 2013. 312 с.
8. Самуэльсон П. *Экономика*. Севастополь: Ахтиар, 1995. 384 с.
9. Павловський М. Помилки реформ. Чи можливо їх виправити? // *Віче*. 1997. № 1. С. 62–63.

10. Нова траєкторія розвитку національної економіки: мікро-, макро- та прикладні аспекти: монографія / За ред. О. В. Покатаєвої, М. В. Болдуєва, Г. Ю. Кучерової. Запоріжжя: КПУ, 2017. 452 с.
11. Державний борг. Економічна сутність державного боргу // Фінанси України та сусідніх держав. URL: http://pidruchniki.ws/1228112847265/finansii/derzhavnyi_borg (дата звернення: 17.01.2018).
12. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 17.01.2018).
13. Степанюк Н. А. Антикризове управління національною економікою України: інвестиційна складова // Управління інноваційною складовою економічної безпеки: монографія у 4-х т.; Т. III. Управління інноваційним базисом фінансової та інвестиційної складової економічної безпеки / За ред. О. В. Прокопенко, В. Ю. Школи, В. О. Щербаченко. Суми: Тритопрія, 2017. С. 175–184.
14. The investment attractiveness index // European Business Association. URL: http://www.eba.com.ua/static/indices/iai/EBA_Investment_Attractiveness_Index_4th_quarter_2017_UA.pdf (access date: 19.01.2018).
15. Степанюк Н. А. Особенности миграционных процессов Украина-Польша / Redakcja naukowa: Renata Walczak, Katarzyna Osiecka // Modern problems of economic development. Current challenges of economics in theory and practice. Plock: Copyright by Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych Politechniki Warszawskiej, 2017. С. 120.
16. Степанюк Н. А., Павліха Н. В. Становлення освітньої міграції в умовах глобалізації // Глобальні та національні проблеми економіки: електронне вид. Миколаїв. 2017. № 16. С. 207. URL: <http://global-national.in.ua> (дата звернення: 24.01.2018)
17. Степанюк Н. А., Крукевич Н. М. Трудова міграція в Україні: причини, наслідки та методи управління // Наукові записки Львівського університету бізнесу та права: зб. наук. праць. Львів: Галицька видавнича спілка. 2016. Вип. 16. С. 121–132.
18. Dvell F. Ukraine – Europe's Mexico // Central and East European migration. Research Resources Report 13: Country profile. URL: <http://www.compas.ox.ac.uk> (access date: 19.01.2018).
19. Біла С. Пріоритети антикризової політики країн ЄС: досвід для України // Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право). К., 2010. № 1. С. 65–71.

References

1. Bodrov, V. H., Baldych, N. I., Safronova, O. M. (2013). Public administration in the financial and economic sphere [Derzhavne upravlinnia u finansovo-ekonomichnii sferi], NADU, Kyiv, 88 s. [in Ukrainian]
2. The human development in Ukraine: opportunities and directions of social investments: collective scientific and analytical monograph (2006). Ed. by E. M. Libanova [Liudskyi rozvytok v Ukraini: mozhlyvosti ta napriamy sotsialnykh investytsii: kolektyvna naukovo-analitychna monohrafiia], Instytut demohrafii ta sotsialnykh doslidzhen NAN Ukrainy, Derzhavnyi komitet statystyky Ukrainy, Kyiv, 355 s. [in Ukrainian]
3. Antonyuk, V. P., Amosha, O. I., Melnyk, L. G. and etc. (2011). The human capital of Ukraine's regions in the context of innovation development: monograph [Liudskyi kapital rehioniv Ukrainy v konteksti innovatsiinoho rozvytku: monohrafiia], NAN Ukrainy, Instytut ekonomiky promyslovosti, Donetsk, 308 s. [in Ukrainian]
4. Heets, V. M. (2000). Instability and economic growth: monograph [Nestabilnist ta ekonomichne zrostannia: monohrafiia], Instytut ekonomiky ta prohnouzuvannia NAN Ukrainy, Kyiv, 344 s. [in Ukrainian]
5. Polterovich, V. M. Elements of reform theory [Elementy teorii reform], available at: http://www.cemi.rssi.ru/publication/newbooks/theory-ref/th-ref_intr.php [in Russian]
6. Heets, V. M., Shynkaruk, L. V., Artemova, T. I. and etc. (2011). Structural changes and economic development in Ukraine: monograph. Ed. by L. V. Shynkaruk [Strukturni zminy ta

- ekonomichnyi rozvytok Ukrainy: monohrafiia], Instytut ekonomiky ta prohnozuvannia NAN Ukrainy, Kyiv, 696 s. [in Ukrainian]
7. State regulation of realization economic potential at Ukraine in the conditions of globalization: monograph (2013). Ed. by L. A. Kravchenko [Derzhavne rehuliuvannia realizatsii ekonomichnoho potentsialu Ukrainy v umovakh hlobalizatsii: monohrafiia], Feniks, Simferopol, 312 s. [in Ukrainian]
8. Samuelson, P. (1995). Economics [Ekonomika], Akhtiar, Sevastopol, 384 s. [in Russian]
9. Pavlovskiy, M. (1997). The failure of reforms. Is it possible to fix them? [Pomyly reform. Chy mozhyvo yikh vypravyty?], Viche, No. 1, s. 62–63 [in Ukrainian]
10. New trajectory of national economy development: micro-, macro- and applied aspects: monograph (2017). Ed. by O. V. Pokataeva, M. V. Bolduev, G. Yu. Kucherova [Nova traiektoriia rozvytku natsionalnoi ekonomiky: mikro-, makro- ta prykladni aspekty: monohrafiia; za red. O. V. Pokataevoi, M. V. Boldueva, H. Yu. Kucherovoi], KPU, Zaporizhzhia, 452 s. [in Ukrainian]
11. State debt. The economic essence of state debt [Derzhavnyi borh. Ekonomichna sutnist derzhavnoho borhu], Finansy Ukrainy ta susidnikh derzhav, available at: http://pidruchniki.ws/1228112847265/finansy/derzhavniy_borg [in Ukrainian]
12. Official website of the State statistics service of Ukraine [Ofitsiyni sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy], available at: www.ukrstat.gov.ua [in Ukrainian]
13. Stepaniuk, N. A. (2017). Anti-crisis management of the national economy of Ukraine: investment component, Management of the innovative component of economic security: monograph in 4 vol., Vol. III: Management of innovative basis of the financial and investment component of economic security. Ed. by O. V. Prokopenko, V. Yu. Shkhola, V. O. Shcherbachenko [Antykryzove upravlinnia natsionalnoiu ekonomikoiu Ukrainy: investytsiina skladova, Upravlinnia innovatsiinoiu skladovoiu ekonomichnoi bezpeky: monohrafiia v 4 t., T. III: Upravlinnia innovatsiynym bazysom finansovoi ta investytsiinoi skladovoi ekonomichnoi bezpeky; za red. O. V. Prokopenko, V. Yu. Shkholy, V. O. Shcherbachenko], Trytoria, Sumy, s. 175–184 [in Ukrainian]
14. The investment attractiveness index, European Business Association, available at: http://www.eba.com.ua/static/indices/iai/EBA_Investment_Attractiveness_Index_4th_quarter_2017_UA.pdf.
15. Stepaniuk, N. A. (2017). Peculiarities of migration processes Ukraine-Poland. Redakcja naukowa: Renata Walczak, Katarzyna Osiecka. Modern problems of economic development. Current challenges of economics in theory and practice, Płock: Copyright by Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych Politechniki Warszawskiej, s. 120.
16. Stepaniuk, N. A., Pavlikha, N. V. (2017). Formation of educational migration in the conditions of globalization [Stanovlennia osvitnoi mihratsii v umovakh hlobalizatsii], Globalni ta natsionalni problemy ekonomiky: elektronne vydannia, No. 16, s. 207, available at: <http://global-national.in.ua> [in Ukrainian]
17. Stepaniuk, N. A., Krukevich, N. M. (2016). Labor migration in Ukraine: causes, consequences and management methods [Trudova mihratsiia v Ukraini: prychny, naslidky ta metody upravlinnia], Naukovi zapysky Lvivskoho universytetu biznesu ta prava, Galytska vydavnycha spilka, Lviv, No. 16, s. 121–132 [in Ukrainian]
18. Dvell, F. Ukraine – Europe's Mexico, Central and East European migration. Research Resources Report 13: Country profile, available at: <http://www.compas.ox.ac.uk>.
19. Bila, S. (2010). The priorities of EU anti-crisis policy: experience for Ukraine [Prioritytety antykryzovoi polityky krain ES: dosvid dlia Ukrainy], Stratehiia rozvytku Ukrainy (ekonomika, sotsiologhiia, pravo), Kyiv, No. 1, s. 65–71 [in Ukrainian]

UDK: 338.439.02

Valentina ZAKHARCHUK

PhD in Economics, Associate Professor, Department of Expertise of Goods and Services, Odessa National Economic University, Ukraine, e-mail: zakharchukv@yahoo.com,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4739-3828>

Liliia NERUTSA

Postgraduate student, Department of Expertise of Goods and Services, Odessa National Economic University, Ukraine, e-mail: lilyanerutsa758@gmail.com,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2670-2428>

**THE BASIC PRINCIPLES OF THE STATE POLICY IN THE FIELD
OF CONSUMER PROTECTION IN THE MARKET
OF ORGANIC PRODUCTS**

Zakharchuk, V., Nerutsa, L. (2018). The basic principles of the state policy in the field of consumer protection in the market of organic products. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Osnovni zasady derzhavnoi polityky shchodo zakhystu prav spozhyvachiv na rynku orhanichnoi produktsii; za red.: M. I. Zveriyakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; Visnik social'no-ekonomichnih doslidzen' (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 1 (65), pp. 60–68.

Abstract. The essence and advantages of organic production are investigated in the article. The actual problems of development of organic products market in Ukraine and the level of its information support for consumers are considered. The legislative and regulatory framework is analyzed and shortcomings in the legal provision for stimulating the activities of agrarian enterprises in Ukraine are identified. The creation of information support tools as a way of systematization of Ukrainian «organic farms» for the development of the organic market in Ukraine, the formation of a wide range of quality food products and the introduction of a unified certification control system, which will guarantee the high quality of food to the population as an important component of food security, are proposed. The importance of introduction of environmentally friendly production is determined, which, in turn, will improve the ways of integrated solution of environmental and economic problems.

Keywords: organic products; agricultural market; organic production; consumer protection; food safety; certification.

Валентина Григорівна ЗАХАРЧУК

кандидат технічних наук, доцент кафедри експертизи товарів та послуг, Одеський національний економічний університет, Україна, e-mail: zakharchukv@yahoo.com,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4739-3828>

Лілія Вікторівна НЕРУЦА

аспірант кафедри експертизи товарів та послуг, Одеський національний економічний університет, Україна, e-mail: lilyanerutsa758@gmail.com,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2670-2428>

**ОСНОВНІ ЗАСАДИ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ЩОДО ЗАХИСТУ ПРАВ
СПОЖИВАЧІВ НА РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ**

Захарчук, В. Г., Неруца, Л. В. Основні засади державної політики щодо захисту прав споживачів на ринку органічної продукції // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць (ISSN 2313-4569); за ред. М. І. Зверякова (голов. ред.) та ін. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2018. № 1 (65). С. 60–68.

Анотація. У статті досліджено сутність та переваги виробництва органічної продукції. Розглянуто актуальні проблеми розвитку ринку органічної продукції в Україні та рівня його інформаційного забезпечення для споживачів. Проаналізовано законодавчо-нормативну базу та виявлено недоліки у правовому забезпеченні стимулювання діяльності аграрних підприємств в Україні. Запропоновано створення засобів інформаційного

забезпечення як способу систематизації українських «органічних господарств» для розвитку органічного ринку в Україні, формування широкого асортименту якісних продуктів харчування та запровадження єдиної системи контролю сертифікації, що гарантуватиме населенню високу якість продовольства як важливої складової продовольчої безпеки. Визначено важливість впровадження екологічно чистого виробництва, що покращить шляхи комплексного вирішення екологічних та економічних проблем.

Ключові слова: органічна продукція; сільськогосподарський ринок; органічне виробництво; захист прав споживачів; продовольча безпека; сертифікація.

Валентина Григорьевна ЗАХАРЧУК

кандидат технических наук, доцент кафедры экспертизы товаров и услуг, Одесский национальный экономический университет, Украина, e-mail: zakharchukv@yahoo.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4739-3828>

Лилия Викторовна НЕРУЦА

аспирант кафедры экспертизы товаров и услуг, Одесский национальный экономический университет, Украина, e-mail: lilyanerutsa758@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2670-2428>

**ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ В
СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ
ОРГАНИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ**

Захарчук, В. Г., Неруца, Л. В. Основные принципы государственной политики в сфере защиты прав потребителей на рынке органической продукции // Вестник социально-экономических исследований: сб. науч. трудов (ISSN 2313-4569); под ред. М. И. Зверякова (глав. ред.) и др. Одесса: Одесский национальный экономический университет. 2018. № 1 (65). С. 60–68.

Аннотация. В статье исследованы сущность и преимущества производства органической продукции. Рассмотрены актуальные проблемы развития рынка органической продукции в Украине и уровня его информационного обеспечения для потребителей. Проанализирована законодательно-нормативная база и выявлены недостатки в правовом обеспечении стимулирования деятельности аграрных предприятий в Украине. Предложено создание средств информационного обеспечения как способа систематизации украинских «органических хозяйств» для развития органического рынка в Украине, формирование широкого ассортимента качественных продуктов питания и внедрение единой системы контроля сертификации, что будет гарантировать населению высокое качество продовольствия как важной составляющей продовольственной безопасности. Определена важность внедрения экологически чистого производства, что, в свою очередь, улучшит пути комплексного решения экологических и экономических проблем.

Ключевые слова: органическая продукция; сельскохозяйственный рынок; органическое производство; защита прав потребителей; продовольственная безопасность; сертификация.

JEL classification: D180; Q120; Q130; Q180; Q580

1. Introduction

The production of environmentally friendly products is a practical implementation of the concept of sustainable development of agrarian production, which involves a combination of economic growth, social development and environmental protection as interdependent and mutually complementary elements of the strategic development of the state, which will guarantee the high quality food to the population as an important component of food security.

Ukraine has a particularly large potential for the development of organic production. Given the high natural fertility of soils, it is possible to obtain relatively high yields of agricultural crops without application of mineral fertilizers and agrochemicals. This means that Ukraine can produce organic products at a relatively lower cost than European countries, in which, due to the low natural fertility of soils, the transition to organic farming is accompanied by a significant increase in the cost price of organic products. Therefore, Ukrainian organic products are potentially more competitive, since

its minimum price, which is the threshold of cost, is lower than the minimum price of organic products in European countries.

2. Latest research and publications analysis

Organic production relates to alternative methods of farming, based on a deep understanding of the processes occurring in nature, aimed at improving the structure of soils, reproducing their natural fertility and contributing to the creation of environmentally sustainable agro-landscapes. The scale of organic production is constantly increasing. It should be noted that organic produce in the world is grown on 31 million hectares of agricultural land in 120 countries.

Domestic and foreign scientists devote much attention to the study and research of this issue. Among domestic scientists, engaged in the study of foreign experience in the implementation of ecological agriculture, are V. Pidlisniuk, V. Artich, M. Kobets, P. Pisarenko, V. Saiko, B. Burkinsky, V. Milovanov, T. Zaychuk, T. Dudar and others. The urgency of further research is related to the need for environmentally friendly products in order to form the food security of the country.

The formation of an organic local food system leads to sustainable regional development, and as a result, agriculture and the food system of the region can provide not only the growing export rates, but also the intensive development of the domestic and local markets for organic products.

There is no single authorized body in Ukraine that monitors certified enterprises and an assortment of organic products at the national level. The level of information of the organic products market in Ukraine is low. The vast majority of organic farms, even if they have sites, do not provide them with information about the availability of a proper certificate, the range of their products, prices and delivery terms, as well as the shelf life and delivery time of a product.

The active growth of the domestic market for organic products is hampered by the lack of awareness of consumers about such products.

3. The main material research

The purpose of the article is to improve the principles of legal regulation of organic production in order to protect consumers' rights, as well as eliminate marketing discrepancies between producers and consumers of organic products.

Recently, more and more agricultural producers, representatives of agricultural management, education and science, international projects and programs have focused on organic farming and organic food. The gradual ecologization of the food products market, and the growing interest in the world in this type of product, makes it possible for Ukraine to become an active participant in the competition on it [1].

In accordance with the Law «On the Production and Circulation of Organic Agricultural Products and Raw Materials», the production of organic products (raw materials) is «the production activity of individuals or legal entities (including cultivation and processing), where such use excludes the use of chemical fertilizers, pesticides, genetically modified organisms (GMOs), preservatives, etc., and at all stages of production (cultivation, processing) the methods, principles and rules defined by this Law are used to obtain natural (ecologically pure) products, as well as the conservation and restoration of natural resources» [2]. Organic products are products obtained as a result of certified production in accordance with the requirements of the Law.

Separate requirements are set for the product disposal: the material used for packaging of the organic product should be made of natural raw material, which can be reused and which will not have a negative impact on the environment. Organic production has a number of economic, environmental and social benefits, and has a positive impact on public health.

The organic quality of the product is confirmed by a certificate issued by an accredited competent certification body. As information for the consumer, the packaging shall be labeled in accordance

with the standards and information on the certification body. However, the vast majority of farms are certified by foreign certification companies in accordance with European «organic standards». There are 12 foreign and one Ukrainian certification authorities operating in Ukraine. Today the greatest demand for certification is observed in the following types of activities: crop production, animal husbandry, processing and sale of products; since 2009 Organic Standard Ltd. has started providing certification services for beekeeping, since 2010 – for fertilizers for organic agriculture.

The certification process consists of these stages, firstly, of the main one year control inspection, and secondly, of several additional inspections (announced and not announced) and, thirdly, of the process of evaluation, which results in receipt or refusal of the certificate [4]. That is, not the final product, but the entire process of production of organic products is certified. The certificate, which gives organic status, is a proof of compliance with the standards of organic production.

When introducing environmentally friendly production in agriculture, business entities are obliged to adhere to the principle of integral prevention of the formation of pollutants and sources of their occurrence.

The basis for the development of organic agriculture is its principles. Principle of care – organic agriculture aimed at maintaining and improving the health of soil, plants, animals, humans and the environment in general.

The principle of ecology – organic agriculture based on ecological functioning of natural systems and cycles and aims to support them. The principle of justice – organic farming is aimed to build trusting relationships and respect for the environment and living conditions.

The principle of care – organic agriculture is aimed at responsible attitude to the environment and its conservation for the present and future generations.

Principles of organic agriculture serve to encourage organic movement in all its diversity. They regulate development of IFOAM basics, programs and standards. Organic products are characterized by naturalness and safety of nutrition. However, its cultivation has certain features, most of which today are negative for the country, prompting farmers to abandon growing it:

1. Ukraine lacks a sufficient number of registered certification centers that does not entitle producers to sell products as organic. Most of such products are equated at market prices to the usual.
2. Low number of qualified staff (agronomists, engineers, economists) specializing in the cultivation of organic products.
3. Uninformed demand for organic products. More attention should be paid to the dissemination of information on organic production among the population.
4. Undeveloped organic products market. There are no officially registered wholesale and retail trade in organic products [5].

At the same time, the peculiarities of the production of organic produce also provide advantages for producers:

- food safety – the main factors for choosing organic products are food security (lack of chemical elements) and nutrition;
- environmental protection – the use of organic production, which is aimed at increasing soil fertility, reducing water pollution, improving animal health;
- taste qualities – due to the higher content of vitamins, a balanced amount of minerals, most organic products are better to taste;
- reduction of production costs – production costs on material resources are reduced in comparison with intensive technologies, due to the regularity of expenses for mineral fertilizers and plant protection products;

- extraordinary profits – adjusted sales allow you to sell organic products at a price three times higher than the usual one;
- storage – organic products have a lower shelf life than usual [6].

Domestic producers through the irrational use of mineral and chemical agents in the production of agricultural products harm both land resources and people who consume manufactured products, the reason for this is the fact that agricultural producers neglect the damage to ecology, taking care only of their own benefit.

Agricultural production in Ukraine is in a state of ecological crisis. The reason for this is the intensification of land use combined with excessive cultivation of land.

In each country, the safe food market has its name according to the production technology. For example, in Germany, Switzerland, Italy and France, the products of non-refined products are designated as biological (BIO-products); in Sweden, Norway, Denmark and Spain – environmental (ECO-products); in Australia, England, the USA, Georgia and Russia – organic (ORGANIC products); in Canada – organic, biodynamic products; in Finland – natural, natural products, and in Estonia – as environmentally friendly [7].

In the EU, ecologically pure (organic) products are considered only that has been produced, processed and sold in accordance with the organic standards of Commission Regulation (EC) No. 889 / 2008 or the International Federation of Organic Agriculture (IFOAM) [8].

In Ukraine, the only legislative document regulating the rules and norms of production of environmentally friendly products are the Law of Ukraine «On organic production». According to it, organic products and raw materials should be produced in designated areas for organic farming. This category includes natural products and raw materials of plant and animal origin, forest, bee and fish products, which are grown, produced, processed, certified, labeled, stored and sold according to the rules of organic production. This product is intended for consumption in processed or unprocessed form, has biologically valuable qualities and healing properties [2].

Only in the EU, the number of «organic» farms has increased by more than 20 times over the past 15 years.

The main reasons for consumption of organic products are:

- environmental safety of food, high quality and freshness of products;
- higher taste properties of organic products;
- preservation of the natural environment in the process of production;
- absence of genetically modified organisms.

Nevertheless, despite the active development of organic products, the EU has limited opportunities in the development of this production. The main reasons for this are low quality soil characteristics and the widespread use of intensive technologies in agriculture. Taking into account this situation and tendencies of the development of the market situation of organic products of the European Union, Ukraine has the prospect of occupying its segment on it.

For Ukraine, a strategy for the introduction of environmentally friendly production is vital, which should identify ways to solve ecological and economic problems in a comprehensive way, and provide the prerequisites for creating an effective system for promoting the introduction of strategies and methods for such production by economic entities.

The financial crisis affecting Ukraine makes it possible to revisit the old benchmarks and to develop new directions of movement that lead to the search for new stable niches in the economy of the globalized world. The ever-growing interest in organic products in the world gives Ukraine the opportunity to be an active participant in the world market for organic products.

Organic farming is developing at a very fast pace and today in 146 countries of the world statistics are being produced on organic food production. Among 100 countries – the largest producers of organic farming products, Ukraine ranks 16th, which is significant in terms of improving its competitive position in the global food market, as our country has outpaced a number of European countries at the pace of development of this segment [9].

According to Ukrainian experts, potential consumers of such in Ukraine, there are about 5% of the population of large cities willing to pay for it 30–50% more than for usual products [4]. The maximum demand for organic produce is observed in the population aged 40–49 years (4.58 million people) and families with children under 7 years old (7.25 million people). This is explained, first of all, by the best financial situation of the first group of people and a responsible attitude to their health. Purchases of organic products are expected on the high quality and freshness of the products, the best taste properties of organic products, the lack of genetically modified organisms. In addition, the world is becoming more and more environmentally competent, people who seek to care for the environment and therefore choose organic products as such, the production of which causes no damage to the natural environment [11].

The development of the organic products market in Ukraine could be developed at a faster pace if it was not a deterrent factor like the relatively high cost of organic products and products. Prices for organic products are usually much higher than normal [12].

This price is due to the fact that the cost of organic products are delivery costs to the end user. Organic products have a limited shelf-life, requiring special processing and transportation. The high price is influenced by the unsaturation of the market by such products and long chain of customers. Also, the price is set for the cost of certification, inspection and premium for the higher risk of production.

At the present stage of economic development, information is important. The level of information directly affects the performance and relevance of the current needs of any sector of the economy. Along with the development of organic production, its information support is also being developed, which can significantly contribute to the development of the organic products market in Ukraine.

Lack of information among consumers of organic products will hinder the active development of the organic market in Ukraine. The overwhelming majority of people do not understand the concept of «organic»; do not know how to distinguish an organic product from inorganic (marking); not aware of the benefits of organic matter or doubt about the availability of such; consider the concept of «organic» marketing process of producers, which simply stimulates more to pay – a crisis of confidence; are convinced that all «titles» (eco, organic, bio, etc.) can be purchased; do not understand «why pay more»; do not know where to buy organic products. Having decided to consume organic products, the consumer faces the problem of realizing his decision (small selection of organic substances in supermarkets, especially the products that are corrupted).

Analyzing the effectiveness of communication in European countries, almost all consumers have knowledge about organic products, and despite high prices, they are increasingly giving preference to such products. Large processing companies and retailers invest in promotion of organic products in order to improve their image and sales, and most countries have been conducting campaigns to raise awareness about organic matters.

For better consumer awareness of organic products and, accordingly, increasing demand for it, it is necessary to take into account the best practices of the leading EU countries, using advertisements that emphasize the benefits of organic products for human health, linking them with positive attributes such as «well-being», «life expectancy», «traditional cuisine», «folk culture».

Intensive marketing of organic products in Ukraine through the Internet has significant potential for the development of the internal market for organic products and can create, and further stimulate, consumer demand. This may contribute to a positive attitude of the public towards the organic

sector in general and, in the majority, will stimulate consumption of organic products, the development of organic agricultural production.

Therefore, in our opinion, in order to protect consumers' rights, as well as eliminating marketing mixes between producers and consumers of organic products, it is expedient to create a website. Such site should contain information:

1. About all producers of organic products in Ukraine: their location, certification, assortment of products and their prices, terms of delivery and storage, according to which standards the products have passed the certification.
2. The definition of «organic products» and «organic production», an explanation of the benefits of organic production compared with traditional.
3. The place of sale and sale of organic products of each producer.
4. About the rules of product certification and its cost, possible consultation on certification issues for beginners.
5. About accredited certification bodies on the territory of Ukraine.

Information for growing, protecting and storing methods is important for some consumers. For starters and agrarians who have opted for organic production, information is needed that would reveal aspects of legislative support for the entire organic production process, from the stage of obtaining the status of organic producer and ending with the stage of selling certified organic products to the final consumer.

Summarizing the aforementioned generalization: the purpose of creating a website is systematization of Ukrainian «organic farms» for the development of the organic market in Ukraine, the formation of a wide range of quality food products and the introduction of a unified certification system.

The creation of the site poses the following tasks: creation of a network of manufacturers and formation of the internal market of organic products; assistance in the formation of the regulatory framework for the development of the organic products market; increase of public ecological consciousness; provision of information on the passage of the certification procedure; cooperation and exchange of experience with Ukrainian and foreign organizations; creation of a scientific and practical basis for the study, adaptation and implementation of world practice in Ukrainian farms; help producers to sell their products both on the domestic and on the external market; giving full and true information to the consumer about «organic farming» of Ukraine; protection of consumer rights; review of the range of products and orders online; creating a competitive environment and expanding access to organic products from different sectors of the population; the establishment of interaction between the organic producer and the consumer without intermediaries.

Creating and controlling the activities of such a site should take place at the state level. According to Art. 20 of the Law of Ukraine «On Organic Production» dated April 21, 2011 «Informational support for the production of organic products and raw materials is carried out by the central executive body on agrarian policy issues» [3]. This body is the Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine.

In accordance with the Regulation on the Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine, approved by the Decree of the President of Ukraine dated April 23, 2011, No. 500, the main tasks of the Ministry of Agrarian Policy of Ukraine are the formation and implementation of the implementation:

- state agricultural policy aimed at developing the agro-industrial complex and ensuring food security of the state;
- state policy in the fields of agriculture, livestock farming, horticulture, seedling, seedling, viticulture, food and processing industry, engineering and technical support of agro-industrial complex and agricultural machinery, agricultural advisory activity;

- state policy on land relations, topographic and geodetic and cartographic activity, forestry and hunting economy, quality and safety of agricultural products, seeds and planting material, biological and genetic safety of agricultural plants and animals, soil fertility.

One of the tasks of creating a website is consumer protection. A large volume of products that is positioned by the manufacturer or seller as «ecological», «natural» or «biological» is not consistent environmental standards and does not have the appropriate quality certificates.

Manufacturers provide information about products that are not true, which is essentially a fraudulent buyer. The most common ways to deceive buyers are:

1. Unsolicited statements – the manufacturer spontaneously notes on packing that its product is «bio», «eco» or even «organic», at the same time not having any documents confirming these statements.
2. Concealment of harmful indicators – for example, occur the inscriptions «Without GMO» on the packaging of food products, but products marked with such a sign may contain potentially dangerous artificial food additives that may contribute to the formation of malignant tumors, but are allowed in Ukraine for use in the manufacture of food and drinks.
3. The use of obscure, confusing statements – described in general terms, not enough specific environmental assertions.
4. Labeling on the packaging of false information – some manufacturers try to emphasize high-quality product specifications, applying certification of production management systems.
5. Environmental labeling in the theory of relativity – the product can be the most ecologically priority in its category, but still this choice is not in favor of health or the environment.

4. Conclusions

Recently, more and more agricultural producers, representatives of agricultural management, education and science, international projects and programs have focused on organic farming and organic food. The gradual ecologization of the food products market, and the growing interest in the world in this type of product, makes it possible for Ukraine to become an active participant in the competition on it.

For Ukraine, a strategy for the introduction of environmentally friendly production is vital, which should identify ways to solve ecological and economic problems in a comprehensive way, and provide the prerequisites for creating an effective system for promoting the introduction of strategies and methods for such production by economic entities.

The effective development of the organic market in Ukraine is hampered by lack of awareness and lack of consumer awareness of organic products and organic production.

In order to ensure consumers' awareness of organic products and create demand for it, it is advisable to use the best practices of the leading EU countries, an intensive advertising campaign through the media, the benefits of organic products for human health, linking them with positive attributes such as «well-being», «life expectancy», «traditional cuisine», «folk culture».

There is no single authorized body in Ukraine that monitors certified enterprises and an assortment of organic products at the national level. The level of information support for organic products market in Ukraine is unsatisfactory.

Therefore, in our opinion, in order to protect consumers' rights, as well as eliminating marketing discrepancies between producers and consumers of organic products, it is expedient to create a website. The purpose of the website is systematization of Ukrainian «organic farms» for the development of the organic market in Ukraine, the formation of a wide range of quality food products and the introduction of a unified certification system. One of the tasks of creating a

website is consumer protection. The large volume of products that is positioned by the manufacturer or seller as «ecological», «natural» or «biological» does not meet environmental standards and does not have the appropriate quality certificates.

References

1. Shevchenko, O. (2012). *Organic in Ukraine [Orhanik v Ukraini]*, *Ekonomika APK*, No. 11, s. 8 [in Ukrainian]
2. *On the production and circulation of organic agricultural products and raw materials: Law of Ukraine*, No. 425-VII, 03.09.2013. Date added: 05.04.2015 [Pro vyrobnytstvo ta obih orhanichnoi silskohospodarskoi produktsii ta syrovyny: Zakon Ukrainy, No. 425-VII, 03.09.2013, data onovlennia: 05.04.2015], available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/425-18> [in Ukrainian]
3. *Federation of Organic Movement of Ukraine, IFOAM [Federatsiia orhanichnoho rukhu Ukrayiny, IFOAM]*, available at: www.organic.com.ua [in Ukrainian]
4. Mosttenskaya, T. L. (2013). *Prospects for the development of organic products of Ukraine [Perspektyvy rozvytku orhanichnykh produktiv Ukrainy]*, *Ekonomika APK*, No. 11, s. 1–14 [in Ukrainian]
5. *The «Organic Era» Trade House [Torhovyi dim «Orhanik era»]*, available at: <http://www.organicera.com.ua> [in Ukrainian]
6. Zinchenko, S. (2013). *Possibilities of organic [Vozmozhnosti organiki]*, *Agro Perspektiva*, No. 9 (116), s. 25 [in Russian]
7. Iliak, L. (2010). *Ecologically pure production: foreign experience and Ukraine [Ekolohichno chyste vyrobnytstvo: zarubizhnyi dosvid ta Ukraina]*, *Ekonomika APK*, No. 3 (41), s. 14 [in Ukrainian]
8. Artysh, V. I. (2010). *The development of world market of organic products [Rozvytok svitovoho rynku orhanichnoi produktsii]*, *Ekonomika APK*, No. 3, s. 113–116 [in Ukrainian]
9. Mylovanov, Y. V. (2013). *The current state and ways of activating the organic movement in Ukraine [Potochnyi stan ta shliakhy aktyvizatsii orhanichnoho rukhu v Ukraini]*, *Ekonomika APK*, No. 5, s. 9–14 [in Ukrainian]
10. *BIOLan Ukraine* (2013), available at: <http://www.biolan.org.ua/uk/news/?newsid=111> (Accessed 14 October 2013) [in Ukrainian]
11. Ratoshniuk, T. M. (2012). *Economical mechanism of stimulation the production of environmentally friendly products [Ekonomichnyi mekhanizm stymuliuvannia vyrobnytstva ekolohichno chystykh produktiv]*, *Ekonomika APK*, No. 1 (25), s. 6 [in Ukrainian]
12. *Ministry of agrarian politics and food of Ukraine [Ministerstvo ahrarynoi polityky ta prodovolstva Ukrainy]*, available at: <http://minagro.gov.ua> [in Ukrainian]

Date of acceptance: 13.02.2018.

***ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ
ПІДПРИЄМСТВАМИ***

УДК 631.1.027:65.01+06.047

Наталя Миколаївна АНДРЕЄВА

доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу, Одеський національний економічний університет, Україна, e-mail: andreevann@ukr.net,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9960-559X>

Дар'я Володимирівна ЗІНЬКОВСЬКА

викладач кафедри маркетингу, Одеський національний економічний університет, Україна,
e-mail: dasha.zinkowskaya@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1795-3946>

МАРКЕТИНГОВИЙ АУДИТ ПІДПРИЄМСТВА: МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ УНІФІКАЦІЇ ПРОЦЕДУРИ СТРАТЕГУВАННЯ ТА ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ

Андрєєва, Н. М., Зінковська, Д. В. Маркетинговий аудит підприємства: методичні аспекти уніфікації процедури стратегування та оцінки ефективності // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць (ISSN 2313-4569); за ред. М. І. Звєржкова (голов. ред.) та ін. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2018. № 1 (65). С. 70–78.

Анотація. У статті розглянуто місце маркетингового аудиту в системі стратегічного управління підприємством. Авторами проведено дослідження сутності поняття маркетингового аудиту та запропоноване власне трактування даного терміну. Виділено основні напрямки маркетингового аудиту та визначено, які структурні одиниці відповідають за надання відповідних матеріалів для аналізу. Визначено процедуру та алгоритм аудиту стратегічного управління маркетинговою діяльністю підприємства та детально розглянуто кожен із виділених етапів. Результати маркетингового аудиту запропоновано використовувати у процесі стратегування господарської діяльності підприємств. Задля оцінки ефективності запропоновано методичний підхід, який передбачає побудову матриці ефективності стратегічного управління маркетинговою діяльністю підприємств. Дана матриця може слугувати підґрунтям для подальшого удосконалення маркетингової політики та прийняття стратегічних рішень.

Ключові слова: маркетинг; маркетинговий аудит; маркетингова стратегія; стратегування; стратегічне управління.

Наталья Николаевна АНДРЕЕВА

доктор экономических наук, профессор кафедры маркетинга, Одесский национальный экономический университет, Украина, e-mail: andreevann@ukr.net,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9960-559X>

Дарья Владимировна ЗИНЬКОВСКАЯ

преподаватель кафедры маркетинга, Одесский национальный экономический университет, Украина, e-mail: dasha.zinkowskaya@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1795-3946>

МАРКЕТИНГОВЫЙ АУДИТ ПРЕДПРИЯТИЯ: МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УНИФИКАЦИИ ПРОЦЕДУРЫ СТРАТЕГИРОВАНИЯ И ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Андреева, Н. Н., Зиньковская, Д. В. Маркетинговый аудит предприятия: методические аспекты унификации процедуры стратегирования и оценки эффективности // Вестник социально-экономических исследований: сб. науч. трудов (ISSN 2313-4569); под ред. М. И. Звержкова (глав. ред.) и др. Одесса: Одесский национальный экономический университет. 2018. № 1 (65). С. 70–78.

Аннотация. В статье рассмотрено место маркетингового аудита в системе стратегического управления предприятием. Авторами проведено исследование сущности понятия маркетингового аудита и предложена собственная трактовка данного термина. Выделены основные направления маркетингового аудита и определено какие структурные единицы отвечают за предоставление соответствующих материалов для анализа. Определена процедура и алгоритм аудита стратегического управления маркетинговой деятельностью предприятия и детально рассмотрен каждый из выделенных этапов. Результаты маркетингового аудита предложено использовать в процессе стратегирования хозяйственной деятельности

предприятий. Для оценки эффективности предложен методический подход, который предполагает построение матрицы эффективности стратегического управления маркетинговой деятельностью предприятия. Данная матрица может служить основой для дальнейшего совершенствования маркетинговой политики и принятия стратегических решений.

Ключевые слова: маркетинг; маркетинговый аудит; маркетинговая стратегия; стратегирование; стратегическое управление.

Natalya ANDRYEYEVA

Doctor of Economics, Professor of Marketing Department, Odessa National Economic University, Ukraine, e-mail: andreevann@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9960-559X>

Daria ZINKOVSKA

Lecturer of Marketing Department, Odessa National Economic University, Ukraine, e-mail: dasha.zinkovskaya@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1795-3946>

MARKETING AUDIT OF THE ENTERPRISE: METHODOICAL ASPECTS OF UNIFICATION OF THE PROCEDURE OF STRATEGIZING AND EVALUATION OF EFFICIENCY

Andryeyeva, N., Zinkovska, D. (2018). Marketing audit of the enterprise: methodical aspects of unification of the procedure of strategizing and evaluation of efficiency. Ed.: M. I. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Marketynhovyi audit pidpriemstva: metodychni aspekty unifikatsii protsedury stratehuvannia ta otsinky efektyvnosti; za red.: M. I. Zveryakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; *Visnik social'no-ekonomichnih doslidzen'* (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 1 (65), pp. 70–78.

Abstract. The article considers the place of marketing audit in the system of strategic management of the enterprise. Study of the essence of the concept of marketing audit is conducted by the authors and their own interpretation of this term is proposed. The main directions of marketing audit are identified and structural units, which are responsible for providing the relevant materials for analysis, are determined. The procedure and algorithm of audit of strategic management of enterprise's marketing activity are determined and each of the selected stages is considered in detail. It is proposed to use the results of marketing audit in the process of enterprise strategizing. The methodical approach for assessment of effectiveness, which involves the construction of a matrix of the effectiveness of strategic management of enterprises' marketing activities, is proposed. This matrix can be used as the basis for the further improvement of marketing policy and strategic decision-making.

Keywords: marketing; marketing audit; marketing strategy; strategizing; strategic management.

JEL classification: M310

Постановка проблеми у загальному вигляді. В умовах нестабільної економіки і загострення конкуренції на ринку перед вітчизняними підприємствами постає важлива проблема, пов'язана з підвищенням ефективності управління. Одним із шляхів вирішення цієї проблеми є застосування сучасних маркетингових інструментів з метою дослідження умов зовнішнього та внутрішнього середовища, що дозволить своєчасно реагувати на них. Це слугуватиме основою для виважених та обґрунтованих управлінських рішень, які сприятимуть удосконаленню діяльності підприємства, підвищення ефективності його функціонування і, як наслідок, покращення конкурентних позицій на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Важливим є питання вибору оптимального маркетингового інструментарію, адже правильне рішення щодо цього слугуватиме підґрунтям успішної маркетингової стратегічної діяльності. Одним із таких інструментів є маркетинговий аудит, який дозволяє провести комплексне дослідження маркетингової діяльності підприємства. Проаналізувати маркетингове середовище та зміни у ньому, а також розробити програму заходів щодо корегування та адаптації маркетингової стратегії підприємства відповідно до отриманих результатів. Однак процедура проведення його для українських підприємств потребує уніфікації та удосконалення із урахуванням економічних умов в країні.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Питання визначення сутності поняття «маркетинговий аудит» та особливостей впровадження у практику господарювання висвітлено у працях низки авторів. До них відносяться як зарубіжні науковці такі як Ф. Котлер, М. Мак-Дональд, О. Уїлсон, Г. Шилдже, а також вчені країн СНД – Є. П. Голубков, Б. А. Соловйов, В. Д. Шкардун та ін. В Україні цей напрям досліджень є законодавчо невизначеним та знаходиться у стані формування.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Попри наявні світові дослідження у сфері маркетингового аудиту, його сутності та класифікації, недостатньо вивченим є його застосування у сфері стратегічного управління. Також варто зазначити, що не існує єдиного підходу та алгоритму щодо процесу проведення маркетингового аудиту та використання його результатів з метою удосконалення стратегічної маркетингової діяльності підприємств.

Постановка завдання. Метою статті є розробка алгоритму проведення аудиту стратегічного управління маркетинговою діяльністю підприємства та створення матриці ефективності маркетингового стратегічного управління, яка слугуватиме основою для удосконалення маркетингової стратегії та прийняття стратегічно важливих маркетингових рішень.

Виклад основного матеріалу дослідження. У розвинених країнах світу великі компанії, крім традиційних форм контролю, широко застосовують маркетинговий аудит. Вони розглядають маркетинговий аудит як спосіб перевірки стану маркетингової діяльності підприємства та підвищення її ефективності, а також як інструментарій антикризового управління підприємств всіх галузей. Нерозуміння сутності та переваг маркетингового аудиту як способу підвищення ефективності маркетингової діяльності призводить до занадто обмеженого його застосування. У цьому зв'язку дослідження методичних аспектів організації і проведення стратегічного аудиту маркетингу як однієї з форм контролю підприємства є актуальною проблемою для вітчизняної науки і практики. Велика кількість зарубіжних і вітчизняних авторів намагалися дати визначення цьому поняттю.

На основі представлених в табл. 1 визначень поняття «маркетингового аудиту» можна виділити два підходи серед авторів, а саме [1, с.13]:

- визначення маркетингового аудиту у вузькому сенсі, як дослідження діяльності компанії тільки за маркетинговими функціями;
- визначення маркетингового аудиту в широкому сенсі, як дослідження маркетингового середовища і діяльності фірми у цілому в цьому середовищі.

Необхідно зазначити, що недоліком цих двох підходів є відсутність цілісного уявлення про маркетинговий аудит та недостатня увага до результатів його проведення, адже саме визначення місця підприємства на ринку, виявлення його слабких і сильних сторін, розробка нової стратегії фірми є основними відмінностями від традиційного бухгалтерського аудиту.

З урахуванням зазначених вище особливостей міжнародних підходів науковців до аудиту, а також враховуючи такі сучасні тенденції розвитку економіки як глобалізація і інтеграційні процеси, які характерні для сучасної економіки України, пропонуємо наступне визначення маркетингового аудиту, а саме: маркетинговий аудит – це систематичний процес комплексного аналізу та об'єктивної оцінки діяльності підприємства на основі сукупності фінансових, соціальних, екологічних і ринкових показників, який забезпечує визначення місця фірми на ринку, виявлення маркетингових можливостей і слабких сторін фірми, формування найбільш ефективної стратегії маркетингу для повного задоволення потреб споживачів, одержання максимального рівня прибутку і задоволення суспільних потреб.

Результативність маркетингового рішення в загальному вигляді означає виконання маркетингових планів і цілей з подальшим перетворенням їх у конкретні результати. Вона переважно характеризує якісну сторону ефективності та є логічним завершенням чергового циклу маркетингової діяльності або окремого рішення. Її відображають показники, які не

піддаються безпосередньому кількісному вимірюванню, але мають важливе стратегічне значення для підприємства [2, с.56].

Варто зазначити, що в процесі маркетингового аудиту необхідно чітко розуміти, які джерела інформації використовуватимуться та які структурні одиниці зможуть надати дану інформацію. Саме тому авторами статті було розглянуто складові маркетингу, напрямки дослідження маркетингового аудиту в них та визначено, яким підрозділам підприємства варто доручити дослідження.

Таблиця 1

Основні напрямки маркетингового аудиту та підрозділи консультованої фірми, що відповідають за надання відповідних матеріалів для аналізу (розроблено авторами)

Складові маркетингу	Напрямок маркетингового аудиту	Підрозділ підприємства
1. Маркетинг дослідження діяльності підприємства	Первинні та вторинні дослідження. Моніторинг великого продажу. Прогнозування збуту. Маркетингова інформаційна система.	Керівництво. Служба маркетингу. Відділ збуту. Відділ постачання.
2. Дослідження сегментації ринку	Застосування критеріїв сегментації. Вибір сегментів місцевого ринку. Вибір зовнішніх ринків конкурентів. Оцінка конкурентних переваг.	Керівництво. Служба маркетингу. Відділ продажів.
3. Маркетингове дослідження продуктів	Ринкова адекватність продуктів. Дизайн продуктів. Торгова марка. Упаковка товарів. Інновація продуктів.	Служба маркетингу. Фінансова служба.
4. Цінова політика	Цілі ціноутворення. Методи ціноутворення. Стратегія ціноутворення. Застосування тактичних прийомів ціноутворення. Цінова дискримінація.	Керівництво фірми. Фінансова служба. Служба маркетингу.
5. Збутова політика	Планування руху товару. Вибір каналів руху товару. Оптові посередники. Збутові агенти. Дилерська мережа.	Служба маркетингу. Відділ продажів.
6. Реклама	Планування просування. Бюджет просування. Планування реклами та рекламних кампаній. Визначення ефективності реклами.	Служба маркетингу. Відділ продажів.
7. Персональні продажі	Торгові представництва. Відносини з потенційними покупцями. Навчання і контроль торговельних агентів. Презентації товарів.	Служба маркетингу. Відділ продажів.
8. Стимулювання збуту	Планування стимулювання збуту. Структура стимулювання збуту.	Служба маркетингу. Відділ продажів.
9. Зв'язки з громадськістю	Планування PR. Робота із засобами масової інформації. Формування іміджу фірми.	Керівництво фірми. Служба маркетингу. PR-відділ

Порядок проведення стратегічного маркетингового аудиту підприємства включає шість основних етапів [3, с.327].

Перший етап. Аналіз факторів макросередовища, що впливають на діяльність підприємства. В процесі цього аналізу необхідно вивчити: чинні законодавчі акти та їх регулюючий вплив; економічну ситуацію в країні і регіоні та тенденції виробництва товарів

підприємства; проаналізувати рівень інфляції і рівень доходів населення; тенденції науково-технічного прогресу та визначити їх вплив на господарську діяльність підприємства. Для узагальнення результатів аудиту макросередовища доцільним є складання матриці зовнішніх можливостей й ризиків маркетингової діяльності підприємства.

Другий етап. Аналіз факторів середовища безпосереднього оточення підприємства. Цей аналіз має бути спрямований на вивчення механізму взаємодії підприємства з покупцями та іншими контрагентами ринку.

Третій етап. Дослідження цільового ринку підприємства. Сучасні умови підвищеного динамізму функціонування вітчизняних підприємств, загострення боротьби за ринки збуту потребують посилення цільової орієнтації підприємства на споживача. Для забезпечення цільової орієнтації і визначення комплексу спонукальних маркетингових заходів підприємствам надзвичайно важливо вивчати кінцевого споживача.

Необхідність цього зумовлена такими причинами: підвищення ступеня залежності продавця від покупця; посилення тенденції до індивідуалізації обслуговування споживачів; збільшення кількості конкурентних товарів і товарів-замінників, що призводить до перерозподілу попиту і загострення боротьби за покупців, тобто потребує більших маркетингових зусиль з боку підприємства; зростання комунікаційної активності підприємств і підвищення рівня поінформованості покупців у результаті чого поширюються можливості покупців у процесі вибору продавця; посилення в роботі з покупцями ролі державних управлінь захисту прав споживачів, суспільних організацій і регіональних товариств споживачів, які інформують покупців про права і можливості відшкодування збитків, спричинених неякісною продукцією.

Усе це свідчить про те, що вітчизняним підприємствам для успішної взаємодії зі споживачами і розробки ефективної програми маркетингового впливу, перш за все, необхідно вивчати цільові ринки. Зазначимо також, що у сучасних умовах комплексне дослідження різних характеристик споживачів, їхніх смаків, побажань, мотивів і купівельних пріоритетів є обов'язковою умовою підтримання конкурентоспроможності підприємства.

Четвертий етап. Дослідження конкурентів та їх маркетингової політики. Маркетингові дії конкурентів безпосередньо впливають на результати діяльності підприємства, тому необхідно постійно спостерігати і своєчасно реагувати на них. Проведення аудиту конкурентів передбачає: виявлення наявних і потенційних конкурентів, оцінку маркетингових зусиль наявних конкурентів; оцінку маркетингових стратегій активних конкурентів; оцінку конкурентоспроможності підприємства, визначення його конкурентної позиції і ключових факторів успіху.

Зібрану інформацію про кожного конкурента відображають у його обліковій картці. Облікові картки є носіями оперативної інформації. При цьому дуже важливо систематично заносити в картки обліку конкурентів всі можливі зміни. Сукупність облікових карток становлять банк даних підприємства про конкурентів. Після виявлення наявних конкурентів визначають їхній рівень у конкурентній боротьбі (лідери, послідовники, претенденти на лідерство чи новачки).

П'ятий етап. Діагностика маркетингового потенціалу підприємства. Вона передбачає виявлення факторів, які здійснюють вплив на формування, розвиток і рівень використання маркетингового потенціалу, визначення маркетингових можливостей і небезпек підприємства та окреслення його сильних і слабких сторін.

Шостий етап. Виявлення і оцінка маркетингових ризиків підприємства і розробка механізму зменшення їх впливу. За результатами оцінки зовнішніх і внутрішніх маркетингових ризиків розробляють профілі стратегічних ризиків і складається їх рейтинг залежно від ступеня небезпеки для підприємства.

Ці шість етапів можна згрупувати за трьома основними рівнями [4, с.83].

1-й рівень – фактори внутрішнього середовища маркетингу (мікросередовища). До цього рівня належить маркетинг-мікс: продукт/послуга, ціна, а також системи розподілу і просування.

2-й рівень складають фактори мезосередовища:

- споживачі продукту/послуги;
- конкурентне середовище;
- постачальники сировини, матеріалів, робочої сили;
- посередники;
- контактні аудиторії (ЗМІ, громадські організації, державні установи).

3-й рівень – фактори макросередовища: економічні, міжнародні, правові, політичні, соціально-демографічні та науково-технологічні чинники.

Як приклад застосування запропонованого методичного підходу щодо процедури проведення маркетингового аудиту можна навести витяг зі списку контрольних питань з економічних факторів зовнішнього середовища компанії. Ці фактори впливають на купівельну спроможність, яка, у свою чергу, залежить від рівня поточних доходів, цін, заощаджень і доступності кредиту. За економічним чинником пропонується наступний список питань аудиту [4, с.84]:

1. Які основні тенденції і події у сфері кредитування і доходів вплинуть на продукцію компанії?
2. Які показники мають значення для реалізації продукції: умови на фондовому ринку, зміни оподаткування, інфляція, купівельна спроможність і рівень інвестицій?
3. Чи може виникнути в прогнозований період протиріччя між потребами ринку та його купівельною спроможністю?
4. Які дії з боку компанії робляться у відповідь на ці події і тенденції?

Маркетинговий аудит компанії буде ефективним лише тоді, коли проводиться комплексний аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища, оскільки тільки тоді можна розробити ефективну систему маркетингу та ефективно її корегувати.

Розглянемо на прикладі рекомендований алгоритм аудиту стратегічного управління маркетинговою діяльністю підприємства, наведений на рис. 1.

Як бачимо на рис. 1, процес аудиту стратегічного управління маркетинговою діяльністю підприємства складається з наступних етапів:

- 1) Стратегічний маркетинговий аудит – передбачає дослідження складових маркетингової стратегії підприємства, а саме цілей, місії, завдань та визначення їх відповідності умовам маркетингового середовища.
- 2) Виявлення маркетингових ризиків. Аудит маркетингових ризиків доцільно проводити по наступних етапах: ідентифікація маркетингових ризиків, їх аналіз та визначення рівня маркетингових ризиків.
- 3) Визначення ефективності стратегічного управління маркетинговою діяльністю. Ефективність стратегічного управління маркетинговою діяльністю – здатність підприємства розвиватися та конкурувати на ринку й досягати стратегічних маркетингових цілей з найбільш вигідним співвідношенням результатів і витрат [5, с.196]. Розрізняють внутрішню та зовнішню ефективність:
 - Внутрішня ефективність стратегічного управління маркетинговою діяльністю – це ефективність з погляду використання внутрішніх маркетингових можливостей підприємства (в розрізі функцій стратегічного управління маркетинговою діяльністю). Вона визначається за допомогою інтегрального показника соціальної та економічної ефективності.
 - Зовнішня ефективність стратегічного управління маркетинговою діяльністю – ефективність з погляду конкурентоспроможності підприємства на ринку та позиції, що він займає. Її можна визначити за допомогою конкурентного рейтингу та матриці Мак Кінзі.
- 4) Оцінка ефективності маркетингових стратегій – на основі інформації, отриманої на попередніх етапах, проводиться визначення ефективності маркетингової стратегії, її неефективних складових та визначення резервів до удосконалення.
- 5) Розробка плану адаптивних заходів – передбачає формування плану заходів, які сприятимуть удосконаленню маркетингової стратегії підприємства, її корегуванню відповідно до умов середовища та усуненню виявлених недоліків.

Варто зазначити, що одним із найбільш вагомих етапів проведення аудиту стратегічного управління маркетинговою діяльністю підприємства є визначення її ефективності, яка може бути розглянута як сукупність внутрішньої й зовнішньої ефективності.

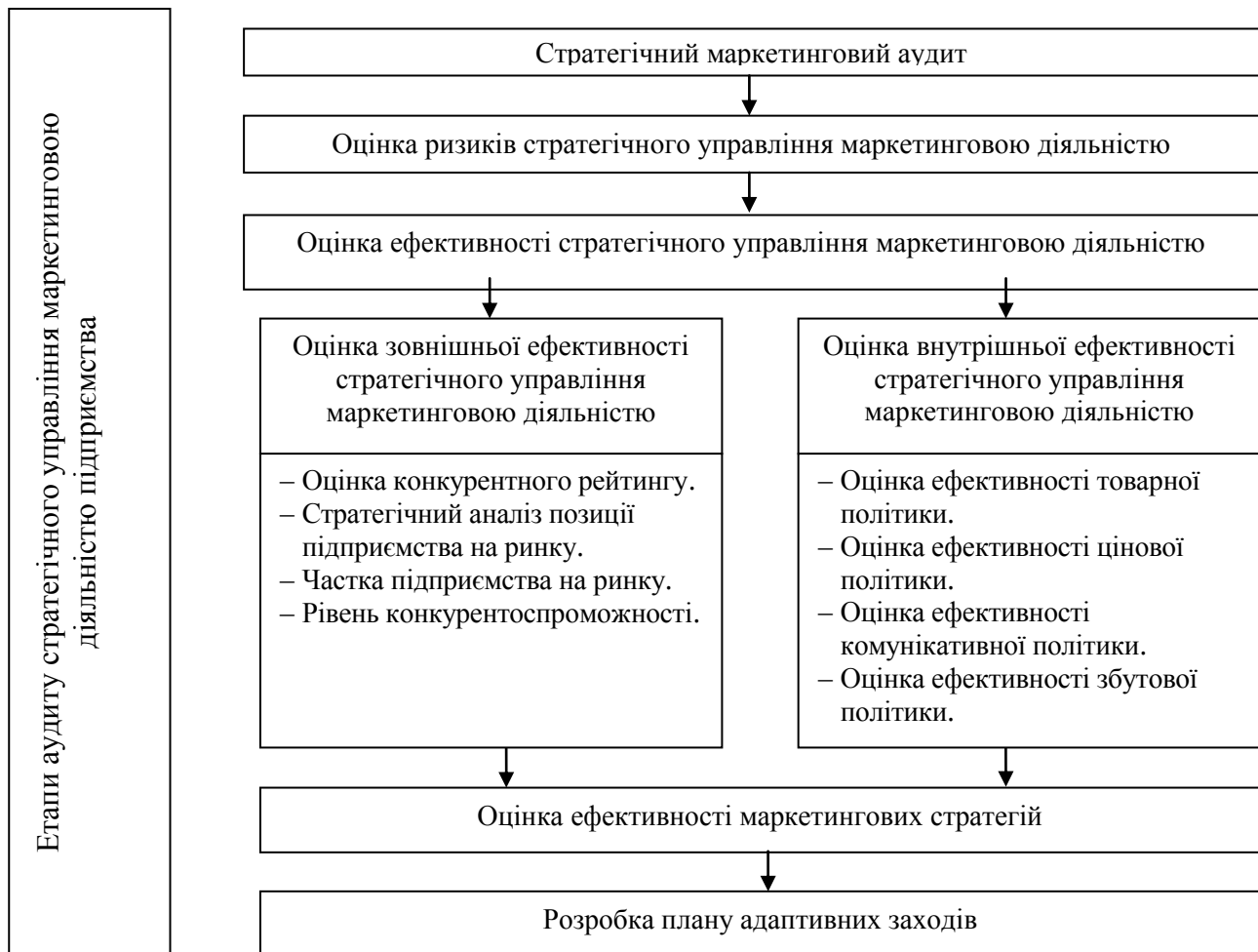


Рис. 1. Рекомендований алгоритм аудиту стратегічного управління (розроблено авторами на основі [5, с.193])

Проаналізувавши внутрішню та зовнішню ефективність, можна побудувати матрицю ефективності стратегічного управління маркетинговою діяльністю підприємств (рис. 3). Матриця побудована на основі двох показників, а саме рівень зовнішньої ефективності стратегічного управління маркетинговою діяльністю та рівень внутрішньої ефективності стратегічного управління маркетинговою діяльністю.

Дієздатність стратегії визначається за допомогою системи відповідних критеріїв, перелік яких залежить від виду і змісту стратегії: відповідність маркетингових стратегій діяльності підприємства, відповідність маркетинговому потенціалу, відповідність стратегічним цілям підприємства, ступінь відповідності ситуації, внутрішня узгодженість, логічна обґрунтованість, ступінь досягнення поставлених цілей, економічний ефект від використання маркетингових стратегій, рентабельність підприємства в цілому, забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

У результаті проведення цього етапу аудиту стратегічного управління маркетинговою діяльністю підприємств доцільно скорегувати систему стратегічних цілей, звернути увагу на конкурентні переваги конкурента та практику їх досягнення з метою впровадження на власному підприємстві.

Рівень внутрішньої ефективності стратегічного управління маркетинговою діяльністю				
Рівень зовнішньої ефективності стратегічного управління маркетинговою діяльністю		Високий	Середній	Низький
	Високий	Лідуюча позиція (збереження ефективності)	Лідуюча позиція (вибіркове зростання)	Перспективна позиція (Підсилення внутрішньої ефективності)
	Середній	Лідуюча позиція (вибіркове зростання)	Перспективна позиція (Підсилення стратегічного управління маркетинговою діяльністю)	Проблемна позиція (коригування стратегічного управління маркетинговою діяльністю)
	Низький	Перспективна позиція (Підсилення зовнішньої ефективності)	Проблемна позиція (коригування стратегічного управління маркетинговою діяльністю)	Проблемна позиція (перегляд стратегічного управління маркетинговою діяльністю)

Рис. 2. Матриця ефективності стратегічного управління маркетинговою діяльністю підприємств [5, с.197]

Отже, аудит стратегічного управління маркетинговою діяльністю може бути використаний з метою забезпечення та удосконалення системи стратегування підприємства, а також слугувати підґрунтям для прийняття зважених управлінських рішень. Застосування запропонованого алгоритму аудиту стратегічного управління маркетинговою діяльністю дозволить проводити комплексне та систематичне дослідження стратегії підприємства, а на основі отриманих результатів формувати план заходів щодо корегування та адаптації маркетингової стратегії до умов зовнішнього та внутрішнього маркетингового середовища.

Висновки і перспективи подальших розробок. Таким чином, маркетинговий аудит можна назвати дієвим інструментом зокрема у сфері стратегічного маркетингового управління. Маркетинговий аудит дозволяє провести аналіз відповідності цілі, місії та стратегії фірми вимогам споживачів та корегування її за необхідності; визначити відповідність потреб споживачів та продукції, що випускає фірма, рівень їх задоволеності товаром та можливих шляхів його підвищення; провести аналіз середовища підприємства на мікро-, мезо- та макрорівнях з метою визначення негативних та позитивних факторів впливу; розробити заходи щодо мінімізації впливу негативних факторів, а також комплекс дій з максимального використання сприятливих факторів для отримання додаткового прибутку; провести аналіз конкурентного середовища та місця фірми на ринку для визначення конкурентних переваг та їх підсилення; провести аналіз ефективності маркетингової політики підприємства та її конкурентоспроможності відносно основних конкурентів, а також розробку заходів щодо оптимізації.

Інформація, отримана в процесі маркетингового аудиту є підґрунтям для впровадження змін до маркетингової стратегії для її удосконалення та корегування відповідності до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі, а також основою для прийняття подальших стратегічних маркетингових рішень.

Література

1. Андреева Н. М., Зінковська Д. В. Роль маркетингу в системі аудиторської діяльності підприємства: сучасний погляд на проблематику // Вісник соціально-економічних досліджень. 2015. № 1. С. 11–18.
2. Григорук П. М. Практические аспекты оценки эффективности маркетинговых решений // Сборник с докладами от международной научной конференции. Варна: Наука и экономика. 2014. № 2. С. 54–58.
3. Майорова Н. І. Стратегічний аудит маркетингу у системі контролю підприємства // Економічні науки. 2012. № 9. С. 325–332.
4. Чайка Е. В. Маркетинговый аудит компании: зарубежная методика аудита маркетинговой деятельности компаний // Российское предпринимательство. 2010. № 2. С. 82–87.
5. Логвіна Ю. М. Аудит стратегічного управління маркетинговою діяльністю підприємств // Вісник Хмельницького національного університету. 2010. № 4. С. 192–197.

References

1. Andryeyeva, N. M., Zinkovska, D. V. (2015). The role of marketing in the system of audit activity of the enterprise: a modern view on the problems [Rol marketynhu v systemi audytorskoi diialnosti pidpriemstva: suchasnyi pohliad na problematyku], *Visnik social'no-ekonomichnih doslidzen'*, No. 1, s. 11–18 [in Ukrainian]
2. Grygoruk, P. M. (2014). Practical aspects of evaluating the effectiveness of marketing decisions [Prakticheskie aspekty otsenki effektivnosti marketingovykh resheniy], Varna, Nauka i ekonomika, No. 2, s. 54–58 [in Russian]
3. Maiorova, N. I. (2012). Strategic audit of marketing in system of enterprise control [Stratehichnyi audyt marketynhu u systemi kontroliu pidpriemstva], *Ekonomichni nauky*, No. 9, s. 325–332 [in Ukrainian]
4. Chaika, E. V. (2010). Marketing audit of a company: foreign method of audit of company's marketing activities [Marketingovyi audit kompanii: zarubezhnaya metodika audita marketingovoi deyatel'nosti kompanii], *Rossiyskoe predprinimatel'stvo*, No. 2, s. 82–87 [in Russian]
5. Lohvina, Yu. M. (2010). Audit of strategic management of enterprises' marketing activities [Audyty stratehichnoho upravlinnia marketynhovoio diialnistiu pidpriemstv], *Visnyk Khmel'nytskoho natsional'nogo universytetu*, No. 4, s. 192–197 [in Ukrainian]

УДК 005.93:338.1

Інна Дмитрівна ГРЕЧКОСІЙ

кандидат економічних наук, викладач кафедри менеджменту організацій та зовнішньоекономічної діяльності, Одеський національний економічний університет, Україна, e-mail: grechkosiy@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9783-0841>

Олена Василівна ОСИЧКА

кандидат психологічних наук, старший викладач кафедри менеджменту організацій та зовнішньоекономічної діяльності, Одеський національний економічний університет, Україна, e-mail: alena-osichka@rambler.ru, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0931-9152>

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ШЛЯХОМ ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ

Гречкосій, І. Д., Осичка, О. В. Розробка стратегії розвитку підприємства шляхом підвищення інвестиційної привабливості // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць (ISSN 2313-4569); за ред.: М. І. Зверькова (голов. ред.) та ін. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2018. № 1 (65). С. 79–86.

Анотація. У статті розглянуто практичні аспекти формування стратегії підприємства. Досліджено основні напрямки формування стратегії підвищення інвестиційної привабливості підприємства та представлено методику прийняття стратегічних рішень. Розглянуто особливості застосування матриці стратегічного планування бізнесу (McKinsey matrix) та уточнено процес її побудови. Узагальнено стратегії та напрями діяльності для бізнес-одиниць промислового підприємства. Проаналізовано оцінку параметрів, що впливають на відносні конкурентні переваги стратегічних господарських одиниць і обґрунтовано привабливість сегментів ринку. Запропоновано матрицю McKinsey для конкретного промислового підприємства, яке функціонує на ринку.

Ключові слова: стратегія; розвиток; інвестиції; промислове підприємство; управління; стратегічне планування; матриця; бізнес; процес; бізнес-одиниці; конкурентні переваги; стратегічні господарські одиниці; сегменти ринку; інвестиційна привабливість; методика прийняття стратегічних рішень.

Інна Дмитриевна ГРЕЧКОСЕЙ

кандидат экономических наук, преподаватель кафедры менеджмента организаций и внешнеэкономической деятельности, Одесский национальный экономический университет, Украина, e-mail: grechkosiy@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9783-0841>

Елена Васильевна ОСИЧКА

кандидат психологических наук, преподаватель кафедры менеджмента организаций и внешнеэкономической деятельности, Одесский национальный экономический университет, Украина, e-mail: alena-osichka@rambler.ru, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0931-9152>

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ПУТЕМ ПОВЫШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ

Гречкосей, И. Д., Осичка, Е. В. Разработка стратегии развития предприятия путем повышения инвестиционной привлекательности // Вестник социально-экономических исследований: сб. науч. трудов (ISSN 2313-4569); под ред.: М. И. Зверькова (глав. ред.) и др. Одесса: Одесский национальный экономический университет. 2018. № 1 (65). С. 79–86.

Аннотация. В статье рассмотрены практические аспекты формирования стратегии предприятия. Исследованы основные направления формирования стратегии повышения инвестиционной привлекательности предприятия и представлена методика принятия стратегических решений. Рассмотрены особенности применения матрицы стратегического планирования бизнеса (McKinsey matrix) и уточнен процесс ее построения. Обобщены стратегии и направления деятельности для бизнес-единиц промышленного предприятия. Проанализирована оценка параметров, влияющих на относительные конкурентные преимущества стратегических хозяйственных единиц и обоснована привлекательность сегментов рынка. Предложена матрица McKinsey для конкретного промышленного предприятия, функционирующего на рынке.

Ключевые слова: стратегия; развитие; инвестиции; промышленное предприятие; управление; стратегическое планирование; матрица; бизнес; процесс; бизнес-единицы; конкурентные преимущества; стратегические хозяйственные единицы; сегменты рынка; инвестиционная привлекательность; методика принятия стратегических решений.

Inna GRECHKOSIY

PhD in Economics, Lecturer of Management of Organizations and Foreign Economic Activity
Department, Odessa National Economic University, Ukraine, e-mail: grechkosiy@ukr.net,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9783-0841>

Olena OSYCHKA

PhD in Psychology, Lecturer of Management of Organizations and Foreign Economic Activity
Department, Odessa National Economic University, Ukraine, e-mail: alena-osichka@rambler.ru,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0931-9152>

**FORMULATION OF THE ENTERPRISE DEVELOPMENT STRATEGY BY
IMPROVING THE INVESTMENT ATTRACTIVENESS**

Grechkosiy, I., Osychnka, O. (2018). Formulation of the enterprise development strategy by improving the investment attractiveness. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Rozrobka stratehii rozvytku pidpriemstva shliakhom pidvyshchennia investytsiinoi pryvablyvosti; za red.: M. I. Zveriakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; *Vіsник social'no-ekonomichnih doslidzen'* (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 1 (65), pp. 79–86.

Abstract. The article reveals the practical aspects of formulation of the enterprise strategy. The main directions of formulation of the strategy of increasing the investment attractiveness of an enterprise are investigated and the methodology for strategic decision-making is presented. The features of the strategic business planning matrix (McKinsey matrix) application are investigated in the article. The process of construction of the matrix is specified. The strategies and directions of business units' activity at the industrial enterprise are generalized. The parameters influencing the relative competitive advantages of strategic business units is analyzed and the attractiveness of market segments is justified. The McKinsey matrix for a particular industrial enterprise, which operates on the market, is proposed.

Keywords: strategy; development; investment; industrial enterprise; management; strategic planning; matrix; business; process; business unit; competitive advantages; strategic business units; market segments; investment attractiveness, method of making strategic decisions.

JEL classification: M210

Постановка проблеми у загальному вигляді. Практика ведення успішної управлінської діяльності доводить, що розробка стратегій підприємства, зазвичай, завершується формуванням більш обґрунтованих планів, що мають складну внутрішню структуру. Наявність стратегії розвитку у будь-якого підприємства свідчить про серйозність намірів, про те, що воно орієнтується на довготривалу перспективу, на добросовісну співпрацю зі своїми партнерами і клієнтами. Розробка стратегії є однією з важливих функцій менеджменту підприємства. Як свідчить досвід експертів, сьогодні для більшості українських підприємств вагомим кризоутворюючим чинником є неналежний рівень стратегічного планування, концентрації зусиль на вирішенні поточних завдань та оперативного управління. Отже, необхідно забезпечити ефективну роботу господарюючих суб'єктів, що може вплинути на ступінь освоєння методології стратегічного планування та управління стратегією розвитку такого підприємства.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Метод розробки стратегій розвитку підприємства не новий і досить популярний та досліджений інструмент. Види і етапи побудови стратегічних матриць досить повно описані як у вітчизняній, так і в зарубіжній літературі. Р. Ghemawat описує історію виникнення і розвитку стратегічних матриць, робота Р. R. Varadarajan «Strategy Content and Process Perspectives» містить опис і аналіз всіх стратегічних матриць. Різні варіації матриць представлені в роботах R. Wensley, D. D. Monieson, G. S. Day, A. A. Лаптева.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Однак застосування методу розробки стратегій розвитку підприємства як інструмента покращення економічного стану на практиці користується популярністю лише у великих зарубіжних компаніях. Причиною цього є узагальненість рекомендацій, відсутність чіткого алгоритму вибору показників та їх оцінки, а також недостатня кількість досліджень, присвячених застосуванню стратегічних матриць на конкретних ринках.

Постановка завдання. Метою дослідження є розробка та апробація підходу до застосування стратегічних матриць для підприємств вітчизняного ринку. Виходячи з визначеної мети, необхідно: провести аналіз існуючих підходів щодо застосування стратегічних матриць; розробити системи їх оцінки для побудови матриці GE/McKinsey на даному ринку; провести пілотне дослідження на прикладі типового для цього ринку підприємства; надати рекомендації щодо розробки стратегії для підприємств, які взяли участь в дослідженні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Будь-яке підприємство має потребу в перевірній стратегії, проте існує безліч моделей, здатних вивести компанію на траєкторію економічного зростання та значний рівень рентабельності, і стратегії, що дозволяють «триматися на плаву». Який із запропонованих варіантів вибере підприємство, вирішують стратегічні керуючі, які вміють лавірувати у сформованих конкурентно-ринкових умовах.

Стратегія – це довгостроковий, якісно визначений напрям розвитку організації, спрямований на закріплення її ринкових позицій, задоволення потреб споживачів та досягнення поставлених цілей, основним завданням якого є забезпечення впровадження інновацій та змін в організації шляхом розподілу ресурсів, адаптації до зовнішнього середовища, внутрішньої координації та передбачення майбутніх змін у діяльності [1, с.2187].

Процес вибору стратегії здійснюється за допомогою аналізу усіх сторін економічної діяльності підприємства, ринку на перспективу (аналіз попиту і пропозиції), можливостей організації, бюджетно-податкової політики, впливу господарських тенденцій на економіку підприємства.

Усі відомі стратегії підприємств можна об'єднати у певні групи, але варто зауважити, що будь-яка стратегія, обрана конкретним підприємством, завжди має індивідуальний характер, бо вона формується і впроваджується під впливом багатьох чинників. Незважаючи на те, що двох абсолютно однакових стратегій не може бути, у менеджменті підприємства часто визначають загальні стратегії [2, с.159].

Стратегія інвестора на ринку нерухомості зазвичай є поєднанням поміркованих і цілеспрямованих дій, таких, що робляться за потребою при несподіваному розвитку подій або виникненні нового конкурентного тиску.

Часто виникають нові обставини, до яких можна, наприклад, віднести появу нових законів або зміну політики уряду тощо. Майбутньому завжди властива невизначеність й інвестор не може спланувати заздалегідь всі можливі дії та використати передбачувану стратегію без будь-яких змін.

Таким чином, інвестиційна стратегія – це поєднання запланованих дій і вимушених реакцій на несподівані умови.

Насправді, інвестиційну стратегію варто розглядати як поєднання планових і відповідних дій, що є реакцією на зміни ринку і конкурентні події. Завдання щодо формування інвестиційної стратегії включає розробку інвестиційного проекту та адаптацію його до подій, котрі реально розгортаються.

Формування інвестиційної стратегії – це одна із сторін керованої ринком підприємницької діяльності. Створення плану стратегічних дій припускає наявність ризику, ділової творчості й чуття, які дозволяють чітко відстежувати появу ринкових можливостей.

Для вибору варіанту стратегії необхідний аналіз відповідності об'єкта інвестування цілям інвестора. Зокрема, розглянемо приклад стратегічного аналізу відповідності промислового об'єкту нерухомості інвестиційним задумам потенційного інвестора. Це завдання було поставлене і вирішене в процесі дослідження підходів до реструктуризації

ВАТ «Одеський завод радіально-свердлувальних верстатів». З цією метою пропонується використати матрицю «довготривалої привабливості варіанту інвестування – інвестиційна вартість промислового об'єкту». Основою для неї послужила матриця «привабливість галузі – сильні сторони підприємства», запропонована корпорацією «General Electric», яка дозволяє уникнути деяких недоліків відомої матриці «зростання-частка» консалтингової компанії «Boston Consulting Group» (BCG) [3, с.142].

До принципів недоліків матриці BCG можна, перш за все, віднести наступне. Вона не враховує взаємозалежність (синергічний ефект) окремих видів бізнесу: якщо така залежність існує, ця матриця дає невірні результати. Далі варто відмітити, що оцінка привабливості ринку лише за показником швидкості зміни обсягу продажів та сили позиції бізнесу, а не за показником ринкової частки, є сильним спрощенням ситуації. Скоріше, за кожним із цих напрямків повинна бути проведена багатокритеріальна оцінка, що і робиться при використанні матриці корпорації «General Electric» (GE) [4, с.327].

Ця матриця була розроблена у 1970-х роках консалтинговою фірмою «McKinsey & Company» для корпорації «General Electric» і тому має подвійну назву «McKinsey–General Electric». Вона відзначається більшою складністю, ніж матриця BCG. Основою матриці є два фактори – привабливість ринку і конкурентоспроможність стратегічного господарського підрозділу [5, с.219].

Показники, які відтворюють сутність привабливості ринку і конкурентоспроможності підприємств, наведені нижче. Матриця складається із дев'яти осередків і заснована на двох вимірах – довготривалій привабливості варіанту інвестування і сильних сторонах об'єкту інвестування [6, с.148].

Кожен із вимірів містить декілька чинників. Критерії визначення довготривалої привабливості варіанту інвестування включають (рис. 1):

- попит на продукцію;
- частку ринку;
- співвідношення прогнозованих результатів і витрат;
- рівень конкуренції;
- ризик;
- тривалість проекту;
- потреба в капіталі;
- сезонні й циклічні чинники;
- соціальні чинники;
- екологічні чинники.

Матриця GE, чи матриця Мак Кінзі, використовується при оцінці привабливості окремих підприємств на основі двох координат: вісь Х характеризує конкурентоспроможність підприємства в галузі, вісь У – привабливість галузі. Кожна з цих координат визначається з урахуванням декількох параметрів.

Стратегії, рекомендовані для окремих квадратів, можуть бути сформульовані наступним чином [7, с.124]:

- 1) Збереження і укріплення позицій на ринку шляхом:
 - інвестування для забезпечення росту з максимально можливою швидкістю;
 - концентрації зусиль щодо підтримки сильних сторін бізнесу.
- 2) Інвестування в боротьбу за лідерство; вибіркове інвестування в сильні сторони діяльності; укріплення найбільш вразливих сторін діяльності.
- 3) Забезпечення вибіркового росту шляхом:
 - спеціалізації на основі сильних сторін діяльності;
 - пошуку шляхів подолання слабких сторін діяльності;
 - залишення ринку, якщо відсутні вказівки про прийнятний ріст обсягу продажу.
- 4) Значне інвестування в найбільш привабливі ринкові сегменти; підтримання спроможності протидіяти конкурентам; забезпечення високої прибутковості шляхом підвищення продуктивності.

- 5) Захист існуючих програм ринкової діяльності; концентрація інвестицій в сегменти, де прибутковість є високою, а ризик відносно низьким.
- 6) Обмежене розширення діяльності, чи «збір врожаю» забезпечується за рахунок пошуку шляхів розширення діяльності, не пов'язаної з високим ризиком, при цьому варто мінімізувати інвестиції і раціоналізувати всі виробничо-збутові операції.
- 7) Збереження позиції і перефокусування діяльності шляхом:
 - перенесення акценту на заробляння поточних грошей;
 - концентрації на привабливих сегментах;
 - захисту сильних сторін діяльності.
- 8) Головний акцент на збільшення капіталу шляхом:
 - захисту позицій на найбільш прибуткових сегментах;
 - модернізації продуктової лінії;
 - мінімізації інвестицій.
- 9) Залишення ринку. При цьому необхідно:
 - вчасно розпродати товари за вигідною ціною;
 - різко знизити постійні витрати, уникаючи при цьому інвестування.

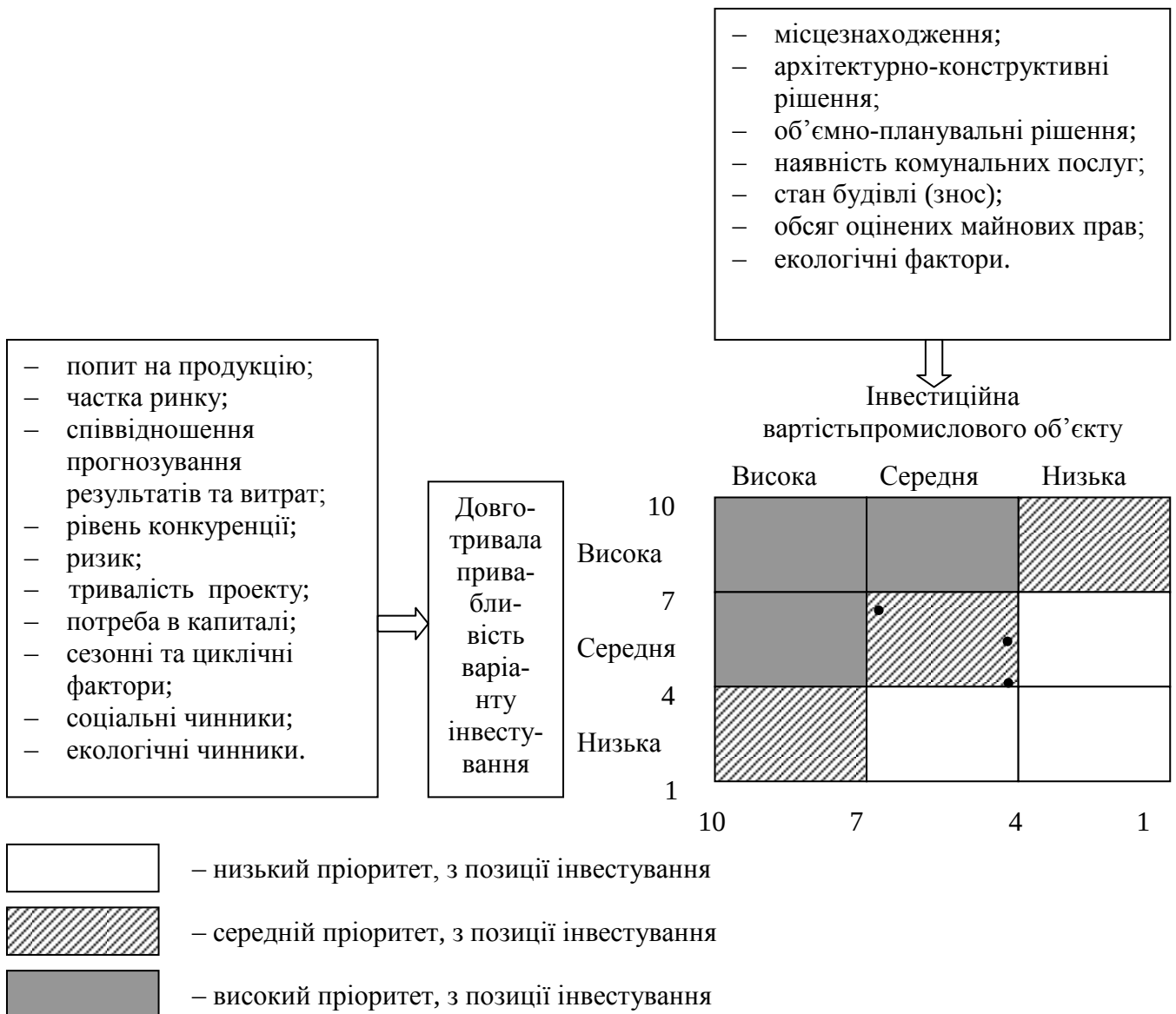


Рис. 1. Матриця «привабливість варіанту інвестування – інвестиційна вартість промислового об'єкту» для ВАТ «ОЗРСВ» [1, с.2187].

Щоб отримати формальний кількісний показник довготривалої привабливості варіанту інвестування, відібраним чинникам додають ваги залежно від галузевої приналежності майбутнього підприємства, а також з урахуванням їх значущості для інвестора і ролі в інвестиційній стратегії. Сума вагів повинна скласти 1,0.

Розглянемо варіанти інвестування на ВАТ «ОЗРСВ»:

1. Виробництво радіально-свердлувальних верстатів (просте, універсальне, металомістке обладнання).
2. Виробництво верстатів з числовим програмним управлінням (складне, наукомістке, багатоцільове обладнання).
3. Настільно-свердлувальні верстати, гідрокерма для сільськогосподарської техніки, товари народного споживання.

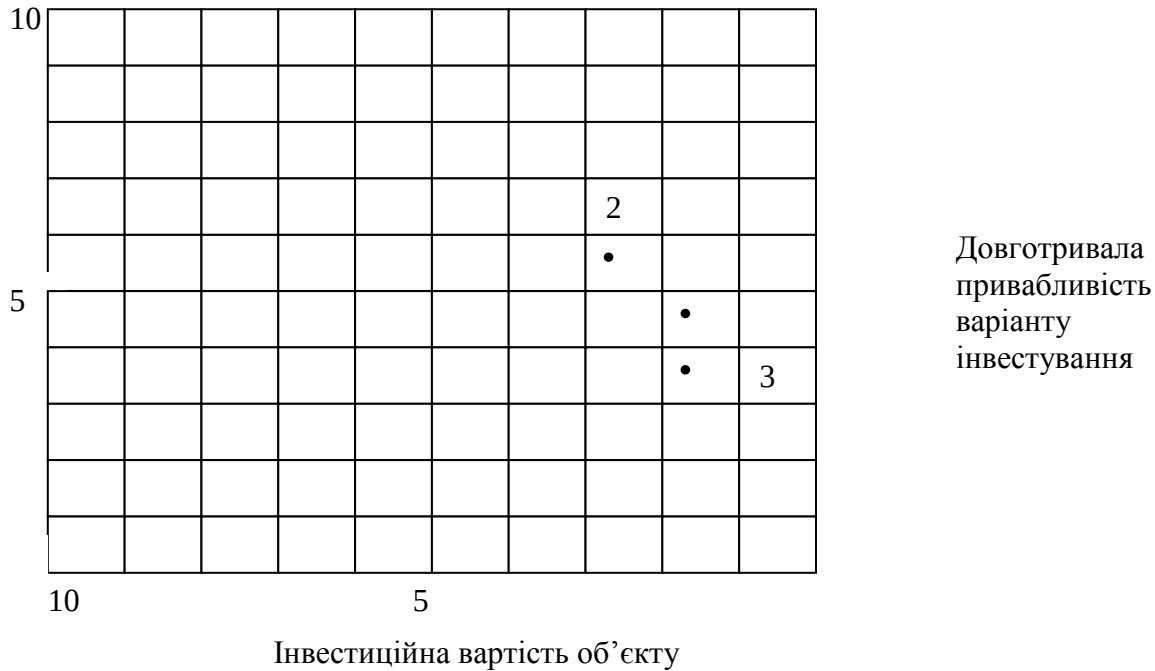


Рис. 2. Ситуація після першого року реалізації проектів [1, с.2188]

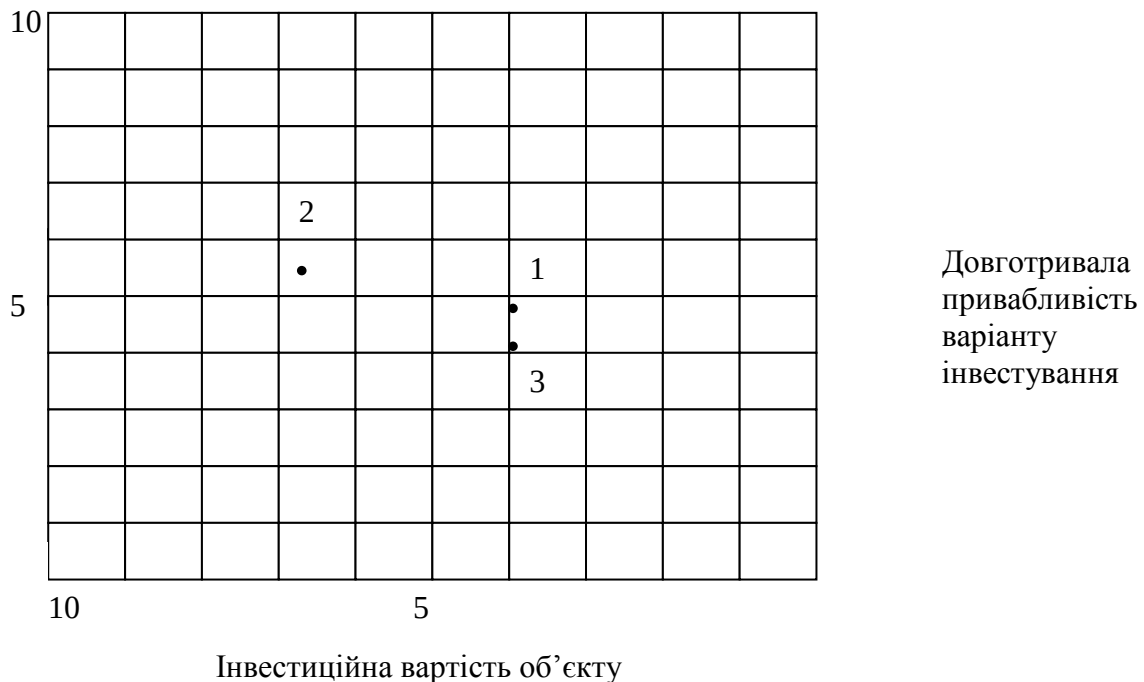


Рис. 3. Ситуація після третього року реалізації проектів [1, с.2189]

Результати розрахунків показують істотну зміну позицій, яка відбудеться за три роки.

Інвестор, аналізуючи стан, рівень обраного варіанту інвестування за кожним фактором, проставляє відповідний бал, рейтинг [8, с.59].

Зважені рейтинги привабливості одержують шляхом множення рейтингу цього варіанту інвестування за кожним чинником, використовуючи шкалу вагів від 1 до 5 або від 1 до 10, на вагу чинника.

Сума зважених рейтингів всіх чинників привабливості характеризує довготривалу привабливість цього варіанту інвестування.

Аналогічно розраховують кількісну міру цінності вибраного об'єкту нерухомості для інвестора, тобто інвестиційну вартість будівлі. Чинники, що враховуються при оцінці інвестиційної вартості будівлі, включають:

- місцезнаходження;
- архітектурно-конструктивні рішення;
- об'ємно-планувальні рішення;
- наявність комунальних послуг;
- стан будівлі, знос, вироблення;
- обсяг майнових прав, що оцінюються;
- екологічні чинники.

Оцінку довготривалої привабливості варіанта інвестування та інвестиційної вартості промислового об'єкту можна вести з урахуванням чинників, найбільш доречних в цій галузі.

Інвестиційна вартість промислового об'єкту нерухомості визначає його положення на горизонтальній вісі матриці, яка показує ступінь привабливості цього об'єкту для інвестора.

Найбільш важливі наслідки для інвестиційної стратегії, виходячи з матриці «привабливість варіанту інвестування, – інвестиційна вартість промислового об'єкту», мають інвестиційні пріоритети – інвестиційні проекти в трьох осередках у верхньому лівому куті, де велика довготривала привабливість варіанту інвестування, а також інвестиційна вартість промислового об'єкту нерухомості, привласнюють високі інвестиційні пріоритети. Тобто такі проекти є найпривабливішими для інвестора.

Висновки і перспективи подальших розробок. До переваг використання обраної стратегії можна віднести те, що модель дозволяє розглядати динаміку другого чинника – привабливість стратегічної зони ведення бізнесу. Крім того, вона дозволяє значно розширити стратегічний вибір. Основні недоліки матриці полягають в такому:

- через велику кількість критеріїв виникають труднощі обліку ринкових відносин;
- присутня суб'єктивність оцінок позицій;
- модель має статичний характер;
- рекомендації мають занадто загальний характер, важко вибрати потрібну стратегію із безлічі варіантів.

На основі проведеного аналізу привабливості варіантів проектів випуску продукції на ВАТ «ОЗРСВ» за допомогою матриці GE найбільш привабливим прогнозується випуск складної високотехнологічної продукції – багатоцільових верстатів з числовим програмним управлінням (центрів обробки).

Стратегії розвитку підприємства поєднують певні постійні принципи функціонування успішно господарюючого суб'єкта, що спрямовують його до реалізації основних цілей згідно з місією організації. Ці принципи також визначають межі ринкової активності підприємства з огляду на сферу можливих рішень. У контексті прогресування глобалізації економіки особливого значення набуває стратегія підвищення інвестиційної привабливості, яка, будучи часткою загальної стратегії підприємства, належить до способу забезпечення розвитку підприємства.

Перспективи подальших розробок за визначеною проблематикою полягають у тому, щоб науково-практичні процедури планування діяльності промислових підприємств в прагматичному сенсі дали б можливість підприємствам країни на практиці застосовувати різні методики планування з певною власною системою показників.

Література

1. Гречкосей И. Д. Оценка инновационной привлекательности предприятия в нестабильной рыночной среде // *Економіка: проблеми теорії та практики: зб. наук. праць ДНУ. Дніпропетровськ, 2009. Т. 9. Вип. 255. С. 2185–2189.*
2. Осичка Е. В., Чернега Е. М. Особенности управления конфликтами в проектной команде // *Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2017. Вип. 5 (247). С. 151–169.*
3. Порожня В. М., Безземельна Т. О., Кравченко Т. А. Стратегічне управління: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2012. 224 с.
4. Раєвнева О. В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізм, моделі: монографія. Харків: ІНЖЕК, 2006. 496 с.
5. Якименко Е. А. Оценка инвестиционной привлекательности предприятия // *Вестник Алтайского государственного аграрного университета. 2009. № 11 (61). С. 117–121.*
6. Майорова Т. В. Інвестиційна діяльність: навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 376 с.
7. Носова О. В. Інвестиційна привабливість підприємства // *Стратегічні пріоритети. 2007. № 1 (2). С. 120–126.*
8. Гриньова В. М., Коюда В. О., Лепейко Т. І., Коюда О. П. Інвестування: підруч. К.: Знання, 2008. 452 с.

References

1. Grechkocey, I. D. (2009). Estimation of innovative attractiveness of the enterprise in the unstable market environment [Otsenka innovatsionnoy privlekatelnosti predpriyatiya v nestabilnoy rynochnoy srede], *Ekonomika: problem teorii ta praktyky, Dnipropetrovsk, T. 9, Vyp. 255, s. 2185–2189* [in Russian-Ukrainian]
2. Osichka, E. V., Chernega, E. M. (2017). Features of conflict management in the project team [Osobennosti upravleniya konfliktami v proektnoy komande], *Naukovyi visnyk Odeskoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu, Vyp. 5 (247), s. 151–169* [in Russian-Ukrainian]
3. Porokhnya, V. M., Bezzemelna, T. O., Kravchenko, T. A. (2012). Strategic management [Stratehichnyi menedzhment], *Tsentr uchbovoi literatury, Kyiv, 224 s.* [in Ukrainian]
4. Raievneva, O. V. (2006). Management of enterprise development: methodology, mechanism, models: monograph [Upravlinnia rozvytkom pidpriemstva: metodolohiia, mekhanizm, modeli: monohrafiia], *INZHEK, Kharkiv, 496 s.* [in Ukrainian]
5. Yakimenko, E. A. (2009). Estimation of investment attractiveness of the enterprise [Otsenka investitsionnoy privlekatelnosti predpriyatiya], *Vestnik Altayskogo agrarnogo universiteta, No. 11 (61), s. 117–121* [in Russian]
6. Mayorova, T. V. (2006). Investment activity [Investytsiina diialnist], *Tsentr navchalnoi literatury, Kyiv, 376 s.* [in Ukrainian]
7. Nosova, O. V. (2007). Investment attractiveness of the enterprise [Investytsiina pryvabyvist pidpriemstva], *Stratehichni priorytety, No. 1 (2), s. 120–126* [in Ukrainian]
8. Grinyova, V. M., Koyuda, V. O., Lepeyko, T. I., Koyuda, O. P. (2008). Investing [Investuvannia], *Znannia, Kyiv, 452 s.* [in Ukrainian]

УДК 338.486

Любов Григорівна КВАСНІЙ

кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та менеджменту, Дрогобицький державний педагогічний університет ім. І. Франка, Україна, e-mail: lg_k@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5248-544X>

Ореста Ярославівна ЩЕРБАН

кандидат економічних наук, старший викладач кафедри фінансів, обліку і аналізу, ІППТ НУ «Львівська політехніка», Україна, e-mail: mppjavir@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5422-4032>

Василина Василівна ФЕДИШИН

аспірант кафедри економіки та менеджменту, Дрогобицький державний педагогічний університет ім. І. Франка, Україна, e-mail: vas_k@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7649-6573>

**АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ЧИННИКІВ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК
ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ ПРИКАРПАТТЯ**

Квасній, Л. Г., Щербан, О. Я., Федішин В. В. Аналіз та оцінка чинників впливу на розвиток підприємств туристичної індустрії Прикарпаття // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць (ISSN 2313-4569); за ред. М. І. Зверякова (голов. ред.) та ін. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2018. № 1 (65). С. 87–94.

Анотація. У статті проаналізовано основні чинники розвитку підприємств туристичної індустрії України на прикладі Прикарпаття. Доведено, що нинішня ситуація в Україні та військовий конфлікт на Сході країни не лише дестабілізують загальну ситуацію в державі, але й сприяють посиленню впливу дестабілізуючих чинників, котрі негативно позначаються на розвитку туристичних підприємств в Україні та в Прикарпатському регіоні. Проаналізовано динаміку туристичних потоків Львівської області за 2006–2016 рр. та колективних засобів розміщення. Розроблено пропозиції для успішного просування вітчизняної туристичної продукції в контексті створення маркетингових і сервісних мереж на пріоритетних зарубіжних ринках, торгових домів, бізнес-центрів, технічних центрів на акціонерних засадах за допомогою створення мережі власних представництв, філій, дочірніх компаній.

Ключові слова: підприємства туристичної індустрії; Прикарпаття; позитивні чинники впливу; негативні чинники впливу; розвиток; стратегії розвитку.

Любовь Григорьевна КВАСНИЙ

кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и менеджмента, Дрогобычский государственный педагогический университет им. И. Франко, Украина, e-mail: lg_k@ukr.net; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5248-544X>

Ореста Ярославовна ЩЕРБАН

кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры финансов, учета и анализа, ИППТ НУ «Львовская политехника», Украина, e-mail: mppjavir@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5422-4032>

Василина Васильевна ФЕДИШИН

аспирант кафедры экономики и менеджмента, Дрогобычский государственный педагогический университет им. И. Франко, Украина, e-mail: vas_k@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7649-6573>

**АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ФАКТОРОВ ВЛИЯНИЯ НА РАЗВИТИЕ
ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ ПРИКАРПАТЬЯ**

Квасний, Л. Г., Щербан, О. Я., Федішин, В. В. Аналіз і оцінка факторів впливу на розвиток підприємств туристичної індустрії Прикарпаття // Вісник соціально-економічних досліджень: сб. науч. трудов (ISSN 2313-4569); под ред. М. И. Зверякова (глав. ред.) и др. Одесса: Одесский национальный экономический университет. 2018. № 1 (65). С. 87–94.

Аннотация. В статье проанализированы основные факторы развития предприятий туристической индустрии Украины на примере Прикарпаття. Доказано, что нынешняя ситуация в Украине и военный конфликт на востоке страны не только дестабилизируют общую ситуацию в государстве, но и способствуют усилению влияния дестабилизирующих факторов, которые значительно влияют на развитие туристических предприятий в Украине и в регионе Прикарпаття. Проанализирована динамика туристических потоков в Львовской области в 2006–2016 гг. и коллективных средств размещения. Разработаны предложения для успешного продвижения отечественной туристической продукции в контексте создания маркетинговых и сервисных сетей на приоритетных зарубежных рынках, торговых домов, бизнес-центров, технических центров на акционерных началах посредством создания сети собственных представительств, филиалов, дочерних компаний.

Ключевые слова: предприятия туристической индустрии; Прикарпатье; положительные факторы влияния; негативные факторы влияния; развитие; стратегии развития.

Liubov KVASNII

PhD in Economics, Associate Professor, Department of Economics and Management, Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University, Ukraine, e-mail: lg_k@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5248-544X>

Oresta SHCHERBAN

PhD in Economics, Senior lecturer, Department of Finance, Accounting and Analysis, Institute of Entrepreneurship and Perspective Technologies National University «Lviv Politechnic», Ukraine, e-mail: mppjavir@ukr.net; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5422-4032>

Vasylyna FEDYCHYN

Postgraduate student, Department of Economics and Management, Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University, Ukraine, e-mail: vas_k@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7649-6573>

ANALYSIS AND ESTIMATION OF FACTORS THAT INFLUENCE THE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES OF TRAVEL INDUSTRY IN PRECARPATHIAN REGION

Kvasnii, L., Shcherban, O., Fedychyn, V. (2018). Analysis and estimation of factors that influence the development of enterprises of travel industry in Precarpathian region. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Analiz ta otsinka chynnykiv vplyvu na rozvytok pidpriemstv turystychnoi industrii Prykarpattia; za red.: M.I. Zveryakova (gol.red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; *Vіsник social'no-ekonomіchnih doslidžen'* (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 1 (65), pp. 87–94.

Abstract. The article analyzes the main factors of enterprises development of Ukrainian tourism industry on the example of Precarpathian region. It is proved that the current situation in Ukraine and the military conflict in the East of the country do not only destabilize the general situation in the country, but also serve to increase the influence of destabilizing factors that negatively affect the development of tourism enterprises in Ukraine and in the Carpathian region. The dynamics of tourist flows in the Lviv Oblast in 2006–2016 and collective accommodation are analyzed. The authors develop proposals for successful promotion of domestic tourism products in the context of creating of marketing and service networks on priority foreign markets, trading houses, business centers, technical centers on a joint stock basis with the help of creation of network of own representative offices, branches, subsidiary companies.

Keywords: enterprises of the tourist industry; Precarpathian region; positive influencing factors; negative influencing factors; development; development strategies.

JEL classification: O100; L830

Постановка проблеми у загальному вигляді. На сьогоднішній час в Україні туризм визнано однією із галузей, що потребує негайного і пріоритетного розвитку. Для ефективного функціонування підприємств на ринку туристичних послуг в Україні необхідне здійснення об'єктивної оцінки впливу чинників зовнішнього середовища. Вітчизняна практика доводить, що на більшості українських туристичних підприємств не сформовано комплексний підхід до вибору та обґрунтування стратегічних напрямів розвитку, визначених з урахуванням впливу як позитивних, так і негативних чинників зовнішнього середовища, а при виборі стратегій не враховуються організаційно-економічні особливості туристичних підприємств, що належать до різних їх типів та відповідно до сучасних вимог часу і туристів, як споживачів туристичних послуг.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Проблеми досягнення ефективності функціонування та розвитку підприємств туристичної індустрії, оцінки туристичних ресурсів, організації туристичних кластерів та напрямів розвитку туристичних підприємств розглядалися у працях відомих учених-економістів: О. Ігнатенка, І. Іртищевої, Г. Михайліченко, П. Петриченка, Т. Ткаченко, О. Сарапіної, Т. Пінчук, В. Ткач, О. Третьякова, Л. Шульгіної та ін. Проте питання аналізу та оцінки впливу як позитивних, так і негативних чинників, спричинених розвитком кризової економічної ситуації в Україні в умовах посилення глобальних впливів, нестійкого фінансово-економічного стану значної частини підприємств туристичної індустрії, нестабільного платоспроможного попиту населення висвітлені недостатньо і потребують подальшого дослідження.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Аналіз теперішньої ситуації в туристичній сфері показує, що з розвитком туризму на Прикарпатті є можливість повернення основних потоків капіталу в Україну, що супроводжуватиметься утвердженням її державності в Європейському просторі та зміцненням суверенітету. Оскільки за наявним туристичним потенціалом Прикарпаття не поступається жодній з країн Європи, то залишається стверджувати, що розвиток туристичних підприємств в Прикарпатті потребує подальшого дослідження і розвитку.

На основі викладеного можна сформулювати мету дослідження, яка полягає в проведенні аналізу стану туристичних підприємств Прикарпаття і виявленні основних чинників, що впливають на їх розвиток.

Постановка завдання. Метою статті є проведення аналізу та оцінка впливу позитивних та негативних чинників на розвиток підприємств туристичної індустрії України на прикладі Прикарпаття. У цьому зв'язку основними напрямками при проведенні дослідження стану туристичних підприємств Прикарпатського регіону можна вважати наступні:

- відповідність наявної бази для розвитку туризму реальним потребам в наданні туристичних послуг, їх спроможність задовольняти попит споживачів;
- розрахунок економічної доцільності функціонування та розвиток туристичних об'єктів різних типів;
- враховуючи вразливість природи українських Карпат і Прикарпаття до впливу антропогенних чинників, доцільним є врахування рівня екологічної безпеки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як свідчить світова і вітчизняна практика, туристична галузь завжди виступала одним із головних наповнювачів бюджету як на місцевому, так і на національному рівнях. Туристична активність підприємств в регіонах країни значно змінює суспільство та його культурні орієнтири, сприяє задоволенню потреб населення у змістовному проведенні дозвілля.

На сьогоднішній день на розвиток туристичних підприємств в Україні і на Прикарпатті, зокрема, особливий вплив проявляють дестабілізуючі чинники, а саме:

- складна економічна ситуація в країні;
- військові події на Сході країни;
- нестабільність фінансової системи;
- зменшення припливу іноземного капіталу;
- занепад фермерських підприємств;

- відсутність чітко прописаних законів, орієнтованих на перспективу;
- занепад сфери виробництва матеріальних благ;
- низький рівень заробітної плати працівників регіону;
- зростання податкового тягаря для фізичних осіб-підприємців;
- недостатність фінансування нововведень та інновацій у сфері туризму тощо.

Статистика показує, що окремі райони Прикарпаття достатньо наповнені туристичними об'єктами, проте залишається на низькому рівні якості обслуговування і їх освоєння. Не відповідають новим світовим стандартам й інші сервісні умови. У цьому зв'язку лише комплексний підхід до аналізу та оцінки рівня розвитку туристичних підприємств Прикарпаття може дати об'єктивну інформацію.

Практика доводить, що туризм на Прикарпатті можна охарактеризувати, за виключенням кількох кризових років, позитивною та сталою динамікою. Він стрімко інтегрується у світову туристичну індустрію, набуває все відчутнішого значення для місцевого господарства. Стратегічно важливим культурним, політичним та економічним регіоном України, який, водночас, є найбільшим туристично-відпочинковим та курортним регіоном Західної України є Львівщина. Загальна динаміка туристичних потоків у Львівській області протягом 2006–2016 рр. наведена в табл. 1.

Таблиця 1

Динаміка туристичних потоків у Львівській області в 2006–2016 рр. [1]

Показники	Роки										
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Кількість туристів, які скористались послугами (осіб)	91209	117064	143610	111366	153939	166534	168367	188520	92128	112472	181827
Іноземних туристів (осіб)	8370	9478	14061	9621	9894	11320	16309	16162	2015	3057	8370
Туристів, які виїжджали за кордон (осіб)	38971	58290	76851	60138	102340	114944	113691	131530	61465	60830	74877
Туристів, охоплених внутрішнім туризмом (осіб)	43868	49296	52697	41607	41705	40270	38367	40828	28648	48585	98580

Аналізуючи динаміку туристичних потоків, можна стверджувати, що на Львівщині впродовж 2006–2016 рр. спостерігалось збільшення кількості всіх категорій туристів. Кількість іноземних туристів за 2006–2016 рр. була найменшою у 2014 р. і становила 2015 осіб. Кількість туристів-громадян України, що виїжджали за кордон впродовж 2006–2016 рр., була найбільшою у 2013 р. і становила 131530 осіб. У 2016 р. відбулося збільшення кількості туристів за всіма категоріями, причому більшою мірою збільшилася кількість іноземних громадян, які відвідували Україну (порівняно з 2015 р. їх кількість збільшилася в 2,74 рази). Кількість внутрішніх туристів у 2016 р. становила 98580 осіб, що є найвищим показником за аналізовані роки.

Таблиця 2

Колективні засоби розміщення у Львівській обл. [1]

Колективні засоби розміщення – усього						
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Кількість закладів, од.	317	328	342	340	331	343

Продовження табл. 2

Кількість ліжок (місць)	30295	31579	32003	32746	33626	30869
Кількість розміщених, осіб	627246	680955	717829	620007	715333	861250
із них іноземці	123166	143334	146317	56018	75428	106830

Аналізуючи дані табл. 2, можна стверджувати, що загальна кількість засобів розміщення в 2016 р. збільшилася порівняно з попереднім 2015 р. на 12 од. Що ж стосується кількості місць, розташованих у КЗР, то у 2016 р. їх було на Львівщині – 30869 місця (на 2757 од. менше порівняно з попереднім роком). У 2016 році на Львівщині діяли 287 готельних закладів та 56 спеціалізованих (санаторно-курортних та відпочинкових) засобів розміщування. Упродовж року їх послугами скористалися 861,3 тис. осіб, у тому числі 106,8 тис. іноземців. У готельних закладах налічувалося 17,9 тис. місць, у спеціалізованих закладах розміщування – 12,9 тис. місць. Упродовж року в готелях та аналогічних засобах розміщення зупинялися 749,9 тис. приїжджих. Порівняно з 2015 роком їх кількість збільшилася на 158,6 тис. осіб (на 26,8%). Натомість кількість гостей, що оздоровилися та відпочили у спеціалізованих закладах, скоротилася на 12,6 тис. осіб (на 10,2%) і становила 111,4 тис. осіб [1]. Кількість іноземних громадян, які скористалися послугами готельних закладів, порівняно з 2015 роком зросла на 46,9%, спеціалізованих закладів – на 12,9%. Найбільша кількість іноземних громадян, що зупинялися у готелях та аналогічних засобах розміщування, прибули з Польщі (27,1 тис.), Туреччини (9,8 тис.) та Німеччини (7,4 тис.). Серед іноземців, оздоровлених у санаторно-курортних закладах, переважали громадяни з Молдови (3,6 тис.), Польщі та Білорусі (по 3,0 тис.).

Упродовж 2016 року в області діяли 272 суб'єкти туристичної діяльності. Їх послугами скористалися 181,8 тис. осіб (у 2015 році – 112,5 тис. осіб), із яких 95,4% – громадяни України. За сприяння туристичних організацій області наші співгромадяни відвідали 67 країн світу, найбільша кількість – Туреччину (17 тис. осіб), Єгипет (11 тис.), Болгарію (8,7 тис.), Польщу (8, 5 тис.), Грецію (6,2 тис.), в межах держави подорожували 98,6 тис. осіб – громадян України (54,2% від загальної кількості обслужених туристів). У 2016 році туристичні підприємства Львівщини надали послуги іноземним туристам із 35 країн світу, серед яких переважали громадяни Азербайджану, Білорусі та Польщі. Суб'єктами туристичної діяльності у 2016 році обслуговано 17,6 тис. екскурсантів, що на 17,6% більше, ніж у попередньому році [1].

Аналіз свідчить про те, що жителями Прикарпаття, як і України в цілому, найбільш затребуваними послугами туристської діяльності є послуги виїзного туризму, переважно міжнародного: у 2016 р. послуг міжнародного туризму на Прикарпатті було надано у 2,5 рази більше порівняно з послугами українського туризму. Протягом 2015–2017 рр. відбувалося зростання виручки від реалізації туристичними підприємствами регіону послуг населенню як в цілому, так і в розрахунку на одну організацію. Приріст виручки в період з 2015 по 2016 роки загалом склав 30,2%, а в розрахунку на одну організацію – 8,4%. З початку XXI століття і по сьогоднішній час прогнозування розвитку туристичних підприємств ускладнюється невизначеністю зовнішнього середовища, зокрема й тим, що туристичні підприємства перебувають під негативним впливом комплексу чинників мега-, макро- та мезосередовища, непередбачуваних за своїм характером. «Усе це вимагає постійного моніторингу ситуації, вивчення методологічних основ і запровадження заходів з формування передумов зменшення впливу негативних чинників, ринкових досліджень змін геопросторових векторів туристських потоків з метою швидкого реагування щодо задоволення відкладеного платоспроможного попиту споживачів, розроблення стратегічних заходів відновлення і розвитку туристичної діяльності підприємств на засадах сталого розвитку» [2, с.36].

Недосконалість перекладу терміну «sustainable development» (сталій, збалансований, зрівноважений, підтримуючий розвиток) в поєднанні парадигми сталого розвитку з

системним та процесуальним підходами призвела до того, що під розвитком підприємств туристичної індустрії розуміємо такий розвиток, який забезпечує стабільність туристичної діяльності, незалежно від умов та динаміки ведення туристичного процесу, з метою досягнення заданих економічних, екологічних та соціальних параметрів.

«Подальший розвиток туризму буде визначатися технологічними рішеннями, в першу чергу розвитком Інтернету і мобільних технологій» [3]. «Існує низка інших інновацій, які істотно трансформують туристичну індустрію і визначають подальший розвиток туризму: динамічне пакетування і ціноутворення турів; автоматизовані системи контролю за туристами; стандарти соціальної відповідальності туристичного бізнесу; інтерактивне обслуговування туристів; торгівля приватністю туристів; штучний туристичний інтелект; інтерфейси для туристів «мозок-комп'ютер»; комплексні системи управління туристичними центрами; розвиток самокерованих транспортних засобів; голографічний супровід туристів. Наведений список не є вичерпним, однак, в цілому характеризує вектор розвитку світового туризму [4, с.48].

Негативними чинниками розвитку підприємств туристичної індустрії вважаємо такі:

- безробіття, оскільки до фінансової кризи додалася ще й політична;
- військові дії на Сході країни;
- скорочення заходів зі стимулювання ринку;
- зростання вартості туристичних послуг, що призводить до додаткового тиску на сімейні бюджети;
- досвід попередніх пандемій;
- значні сезонні коливання експорту туристичних послуг;
- невідповідність окремих статистичних даних;
- незначна питома вага міжнародних туристів, що були обслуговані суб'єктами туристичної діяльності;
- зростання цін на енергоносії.

Позитивними чинниками є:

- зростання впевненості бізнесу та споживачів в економічних реформах, які послаблять податковий тиск;
- відновлення відкладеного попиту, яке настає після різкого спаду та перехід на новий життєвий цикл за «новими» правилами ведення бізнесу (перехід на інший рівень розвитку, що супроводжується «духом співробітництва та партнерства, породжених кризою і збережені зацікавленими сторонами» (за Меншем);
- гнучкість реагування на швидкі зміни попиту (запровадження логістичних концепцій «just in time» та «quick response» з метою здешевлення вартості туристичного обслуговування);
- нестабільність кон'юнктури ринку.

Стосовно туристичних підприємств Прикарпаття, погоджуємося з думкою Г. І. Михайліченко, що «найближчими перспективами розвитку є:

- прогнозоване зростання економічної активності, і, як наслідок, попиту на ділові подорожі, медичний та курортний туризм;
- туристичні дестинації макрорегіонів активно включаються у боротьбу за право проведення мегаподій, які підвищують імідж регіону;
- збережеться тенденція до формування нових брендів у туризмі;
- стабілізація темпів розвитку економік розвинених країн світу, Єврозони, проведення політики, спрямованої на бюджетні скорочення» [5, с.43].

Практика засвідчує, що існує необхідність посилення уваги з боку держави до проблем розвитку підприємств туристичної індустрії. На сьогоднішній день в Україні сформована інфраструктура державного регулювання туризму, зокрема створено спеціально уповноважений орган державної влади – Державне агентство України з туризму та курортів і його регіональні представництва (в структурі місцевих органів виконавчої влади), а також прийнято засадничі акти: Закони України «Про туризм» та «Про курорти», інші законодавчі та підзаконні нормативно-правові акти. Проте, не існує цільового програмного документу, який би визначав конкретні напрями реформування підприємств туристичної галузі в цілому

та індикатори його ефективності, що сукупно мало б забезпечити стійкий та прогнозований розвиток підприємств туристичної індустрії України.

В основі маркетингової стратегії доцільним є здійснення ділових контактів одночасно як на рівні державних установ, так і серед потенційних замовників та виконавців, з урахуванням пріоритетів інноваційного розвитку партнерів. Умовою успіху українських туристичних компаній, які хочуть працювати на міжнародному ринку, є знання його специфіки, зокрема, ступеня монополізації ринків, непрозорість тендерних механізмів, наявність відпрацьованих корупційних схем тощо.

Для успішного просування вітчизняної туристичної продукції необхідним є створення маркетингових і сервісних мереж на пріоритетних зарубіжних ринках, торгових домів, бізнес-центрів, технічних центрів на акціонерних засадах за допомогою створення мережі власних представництв, філій, дочірніх компаній.

Тому для ознайомлення зарубіжних споживачів з прикарпатським туристичним продуктом вважаємо за доцільне активніше застосовувати такі заходи, як участь у міжнародних виставках, ярмарках, проведення конференцій, презентацій, симпозіумів тощо. Для активізації та пожвавлення розвитку туристичного сектора в Прикарпатті необхідні значні інвестиційні капіталовкладення у модернізацію як загальної, так і рекреаційної інфраструктури для підвищення їхньої якості. «Інтернет як платформа презентації власного туристичного підприємства здатне інформувати своїх користувачів про акційні програми чи ціни, використовуючи не лише текстові повідомлення, але й фотографії та відео. Майже кожна туристична фірма має власний веб-сайт, для зручності інформування та комунікацій, де міститься інформація про режими роботи, контакти, необхідні документи та інші послуги компанії. Інтернет як рекламна площа має певні переваги серед інших засобів масової інформації, а саме: ціна на рекламну компанію та кількісна аудиторія. За відносно невисоку ціну туристична фірма розміщує рекламні оголошення, які можуть побачити різні користувачі за запитом слів, контекстною рекламою або використовуючи електронну розсилку [6, с.52]. Як показує світова практика, вектор розвитку ринкових відносин за багатьма ознаками збігається і в Україні, і в країнах з розвиненою ринковою економікою.

Тому вибір напрямів розвитку підприємств туристичної індустрії Прикарпаття може бути забезпечений не тільки наявністю оптимальної системи управління та ефективного менеджменту, але й тим, щоб одержати інновацію у вигляді нового продукту, технології, методів організації та надання туристичних послуг, що може бути результатом інноваційного процесу.

Висновки і перспективи подальших розробок. Вищезазначене дозволяє зробити наступні висновки. Загострення політичної та економічної кризи, військові дії на Сході України на тлі загальносвітової кризи призвели до значного зміщення вектора розвитку підприємств туристичної сфери в Україні. Стосовно Прикарпаття, то ситуація певною мірою покращилася у зв'язку зі збільшенням кількості приїжджих зі східних областей.

Споживчі витрати на послуги туристичних підприємств в регіоні безпосередньо корелюють з доходами населення і тому економічні спади, зазвичай, мають найбільш широкий і тривалий вплив на всі зміни попиту на туристичні послуги. Тому загалом, очікування підприємств туристичної індустрії щодо перспектив їх ділової активності має негативне значення. Без стабілізації політичної та соціально-економічної ситуації, припинення військових дій, вкрай складно утриматися на ринку та отримувати позитивний економічний результат від господарської діяльності. Але на Прикарпатті відбувається певна адаптація ринку до турбулентних умов, що проявляється в трансформаційних змінах та запровадженні антикризових дій, що в середньо- та довгостроковій перспективі принесе очікувані позитивні результати.

Таким чином, подальший розвиток туризму на Прикарпатті потребує активного пошуку засобів подолання кризових явищ, інтенсифікації виробництва регіональних туристичних продуктів високої якості, розробки та впровадження ефективних заходів регіональної туристичної політики при обов'язковому залученні інвестицій для розбудови наявної інфраструктури, що сприятиме створенню в Україні конкурентоспроможного ринку туристичного бізнесу.

Література

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 16.02.2018).
2. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: від теорії до реалій // Туризм: реалії та перспективи сталого розвитку: матеріали доп. міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 23–24 жовтня 2014 р.). К.: Київський національний торговельно-економічний університет. 418 с. URL: <https://knteu.kiev.ua/file/MTc=/344519a49a74e01ba891b5467f7c2bc7.PDF> (дата звернення: 28.01.2018).
3. Петриченко П. А. Мобильные технологии в путешествии. URL: http://novostiturbiznesa.info/article/mobilnye_tehnologii_v_puteshestvii.html (дата звернення: 28.01.2018).
4. Петриченко П. А. Інноваційні складові розвитку світового туризму // Туризм: реалії та перспективи сталого розвитку: матеріали доп. міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 23–24 жовтня 2014 р.). К.: Київський національний торговельно-економічний університет. 418 с. URL: <https://knteu.kiev.ua/file/MTc=/344519a49a74e01ba891b5467f7c2bc7.PDF> (дата звернення: 28.01.2018).
5. Михайліченко Г. І. Напрями стабілізації попиту на туристичний продукт // Туризм: реалії та перспективи сталого розвитку: матеріали доп. міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 23–24 жовтня 2014 р.). К.: Київський національний торговельно-економічний університет. 418 с. URL: <https://knteu.kiev.ua/file/MTc=/344519a49a74e01ba891b5467f7c2bc7.PDF> (дата звернення: 28.01.2018).
6. Третьяков О. В. Інформаційно-комунікаційна трансформація туристичних підприємств // Туризм: реалії та перспективи сталого розвитку: матеріали доп. міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 23–24 жовтня 2014 р.). К.: Київський національний торговельно-економічний університет. 418 с. URL: <https://knteu.kiev.ua/file/MTc=/344519a49a74e01ba891b5467f7c2bc7.PDF> (дата звернення: 28.01.2018).

References

1. Official website of the State statistics services of Ukraine [Ofitsiyni sait Derzhavnoi sluzhbu statystyky Ukrainy], available at: www.ukrstat.gov.ua [in Ukrainian]
2. Tkachenko, T. I. (2014). Sustainable tourism development: from theory to realities [Stalyi rozvytok turyzmu: vid teorii do realii], Turyzm: realii ta perspektyvy staloho rozvytku: materialy mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii, Kyiv, Kyivskiy natsionalnyi torhovelno-ekonomichnyi universytet, 23–24 Oktiabria 2014, 418 s., available at: <https://knteu.kiev.ua/file/MTc=/344519a49a74e01ba891b5467f7c2bc7.PDF> [in Ukrainian]
3. Petrichenko, P. A. (2014). Mobile technology in the traveling [Mobilnye tekhnologii v puteshestvii], available at: http://novostiturbiznesa.info/article/mobilnye_tehnologii_v_puteshestvii.html [in Russian]
4. Petrytshenko, P. A. (2014). Innovative components of the development of world tourism [Innovatsiini skladovi rozvytku svitovoho turyzmu], Turyzm: realii ta perspektyvy staloho rozvytku: materialy mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii, Kyiv, Kyivskiy natsionalnyi torhovelno-ekonomichnyi universytet, 23–24 Oktiabria 2014, 418 s., available at: <https://knteu.kiev.ua/file/MTc=/344519a49a74e01ba891b5467f7c2bc7.PDF> [in Ukrainian]
5. Mikhailichenko, H. I. (2014). Directions of stabilization of demand for a tourist product [Napriamy stabilizatsii popytu na turystychnyi produkt], Turyzm: realii ta perspektyvy staloho rozvytku: materialy mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii, Kyiv, Kyivskiy natsionalnyi torhovelno-ekonomichnyi universytet, 23–24 Oktiabria 2014, 418 s., available at: <https://knteu.kiev.ua/file/MTc=/344519a49a74e01ba891b5467f7c2bc7.PDF> [in Ukrainian]
6. Tretiakov, O. V. (2014). Information and communication transformation of tourism enterprises [Informatsiino-komunikatsiina transformatsiia turystychnykh pidpriemstv], Turyzm: realii ta perspektyvy staloho rozvytku: materialy mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii, Kyiv, Kyivskiy natsionalnyi torhovelno-ekonomichnyi universytet, 23–24 Oktiabria 2014, 418 s., available at: <https://knteu.kiev.ua/file/MTc=/344519a49a74e01ba891b5467f7c2bc7.PDF> [in Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 28.02.2018.

УДК 658.84 : 004.738

Тетяна Вікторівна КУКЛІНОВА

кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки підприємства та організації підприємницької діяльності, Одеський національний економічний університет, Україна, e-mail: tanya2013001@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1370-2883>

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ФАКТОРИ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

Куклінова, Т. В. Сучасні тенденції та фактори Інтернет-торгівлі в Україні // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць (ISSN 2313-4569); за ред. М. І. Зверякова (голов. ред.) та ін. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2018. № 1 (65). С. 95–102.

Анотація. У статті проаналізовано особливості та специфіку Інтернет-торгівлі в умовах глобалізації. Визначено поняття «Інтернет-торгівля» на основі складових електронної комерції, позначено його місце в системі економічних категорій. Наведено основні ризики Інтернет-торгівлі та перспективи її розвитку в Україні. Досліджено ключові фактори впливу на Інтернет-торгівлю, обґрунтована доцільність стимулювання її розвитку. Запропоновано організаційно-економічні важелі стимулювання розвитку Інтернет-торгівлі на основі детального аналізу проблем, основних тенденцій та особливостей цього процесу. Сформульовано пропозиції та рекомендації щодо забезпечення ефективного функціонування Інтернет-торгівлі в Україні з орієнтацією на глобалізаційні процеси.

Ключові слова: Інтернет-торгівля; глобалізація; криптовалюта; електронні гаманці; електронні гроші.

Татьяна Викторовна КУКЛИНОВА

кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики предприятия и организации предпринимательской деятельности, Одесский национальный экономический университет, Украина, e-mail: tanya2013001@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1370-2883>

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ФАКТОРЫ
ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ В УКРАИНЕ**

Куклинова, Т. В. Современные тенденции и факторы Интернет-торговли в Украине // Вестник социально-экономических исследований: сб. науч. трудов (ISSN 2313-4569); под ред. М. И. Зверякова (глав. ред.) и др. Одесса: Одесский национальный экономический университет. 2018. № 1 (65). С. 95–102.

Анотация. В статье проанализированы особенности и специфика Интернет-торговли в условиях глобализации. Определено понятие «Интернет-торговля» на основе составляющих электронной коммерции, обозначено его место в системе экономических категорий. Приведены основные риски Интернет-торговли и перспективы ее развития в Украине. Исследованы ключевые факторы влияния на Интернет-торговлю, обоснована целесообразность стимулирования ее развития. Предложены организационно-экономические рычаги стимулирования развития Интернет-торговли на основе детального анализа проблем, основных тенденций и особенностей этого процесса. Сформулированы предложения и рекомендации по обеспечению эффективного функционирования Интернет-торговли в Украине с ориентацией на глобализационные процессы.

Ключевые слова: интернет-торговля; глобализация; криптовалюта; электронные кошельки; электронные деньги.

Tetiana KUKLINOVA

PhD in Economics, Associate Professor of Department of Enterprise Economy and Enterprinership Organization, Odessa National Economic University, Ukraine, e-mail: tanya2013001@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1370-2883>

CURRENT TRENDS AND FACTORS OF INTERNET-TRADE IN UKRAINE

Kuklinova, T. (2018). Current trends and factors of Internet-trade in Ukraine. Ed. M. Zveryakov (ed.-in-ch) and others [Suchasni tendentchiyi ta faktory internet-torgivli v Ukayini; za red.: M. I. Zveriyakova (gol.red) ta in.], Socio-economic reseach bulletin; Visnik socialno-economicnih doslidzen (ISSN 2313-4569), Odessa Odessa National Economic University, Odessa, No. 1 (65), pp. 95–102.

Abstract. The article deals with features and specifics of the Internet trading in the conditions of globalization. The concept of «Internet-trade» on the base of E-commerce constituents is identified and its place in the system of economic categories was designated. The paper shows the main risks of Internet-trade and prospects of its development in Ukraine. The key factors influencing the Internet-trade are studied. The necessity of the stimulation of its development is substantiated. The organizational and economic levers of development stimulation of Internet-trade, based on the detailed analysis of the problem, main trends and peculiarities of the process, are given. Proposals and recommendations on ensuring the effective functioning of Internet-trade in Ukraine are formulated with the orientation towards globalization processes.

Keywords: Internet-trade; globalization; cryptocurrency; blockchain; e-wallets; e-money.

JEL classification: M310

Постановка проблеми у загальному вигляді. Між країнами реальний капітал переміщується через міжнародний лізинг, обмін технологіями, рух засобів виробництва в рамках транснаціональних корпорацій та ін. Інтернаціоналізація продуктивних сил базується на розвитку глобальної інфраструктури, яка постає у вигляді єдиної транснаціональної системи комунікацій. Відносно самостійним чинником розвитку світової економіки в сучасних умовах виступає науково-технічна революція. Завдяки їй процес наукового пошуку, розробки і впровадження науково-технічних досягнень у виробництво значною мірою інтернаціоналізується. Досягнення НТР зближує жителів різних континентів, зміцнює міжнародне економічне співробітництво, прискорює процес кооперації виробництва між країнами. Одним із найбільш вражаючих досягнень такого роду стала поява і бурхливий розвиток світової комп'ютерної мережі Інтернет. Тому Інтернет-торгівля має великий потенціал, який посилює глобалізація та інтеграція до міжнародного торгівельно-економічного простору.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Значний внесок у вивчення розвитку галузі Інтернет-торгівлі здійснили такі вчені, як Л. І. Федулова, Д. Б. Кучер [1, с.73–86], О. С. Хижняк [2 с.90–94], С. М. Ілляшенко, Т. Є. Іванова [3, с.72–81], М. В. Юдін, Р. М. Макарова, Р. М. Лавренюк [4], С. В. Маловичко [5, с.71–77], В. В. Криша, А. Р. Колеснік, А. Є. Гессен [6, с.642–646] та ін. Вони вивчають конкурентні переваги Інтернет-торгівлі, тенденції та чинники її розвитку в Україні, а також пропонують деякі заходи з метою її активізації.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Глобалізація посилила конкурентну боротьбу підприємств в міжнародному торгово-економічному просторі. Інтернет-простір став невід'ємною частиною комерційної діяльності, яка впливає на світову економіку. Проблема розвитку Інтернет-торгівлі стає все більш актуальною і потребує її подальшого розвитку. Залишаються актуальними проблеми виявлення можливостей стимулювання їх розвитку, що вимагає подальшої розробки теорії та методології. Незважаючи на дослідження в останні роки, виявлення рівня розвитку в сучасних умовах та визначення напрямів удосконалення Інтернет-торгівлі залишаються дискусійними і недостатньо розробленими.

Постановка завдання. Мета дослідження – вивчення характерних особливостей розвитку Інтернет-торгівлі в умовах глобалізації, а також розробка ефективних шляхів стимулювання його розвитку. У зв'язку з цим стають актуальними і вимагають розширення теоретичні та прикладні питання наукового забезпечення розвитку Інтернет-торгівлі в умовах глобалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інтернет-торгівля, як сучасна форма здійснення комерційної діяльності, відрізняється від звичних форм ведення бізнесу характером комерційних функцій. Ці функції (такі як: продажі, маркетинг, інформаційне та фінансове супроводження) перенесені у віртуальну форму, в Інтернет-середовище. Використання Інтернету, як каналу реалізації товарів, є однією із конкурентних переваг підприємств. Нестабільність зовнішньополітичної ситуації, політичні фактори впливають на рівень ризику, при якому працюють торгові організації. Так, вітчизняним підприємствам складно знайти свою нішу на міжнародному ринку через чинне законодавство та дію несприятливих факторів. Проте через Інтернет-торгівлю підприємства можуть ефективно функціонувати в умовах глобалізації, а покупці можуть одержати широкий доступ до товарів і послуг.

Двадцять років тому Інтернет-торгівля була представлена переважно торговими Інтернет-майданчиками для учасників з невеликими обсягами продажів і глобальними торговими майданчиками (Amazon, eBay, Delcampe та ін). Кризові явища змінили структуру Інтернет-торгівлі: бурхливий розвиток отримали електронні торгові майданчики, системи електронних платежів, «дропшипінг» і посиловна торгівля. Доступний асортимент для споживача збільшився в тисячі разів. Завдяки мережі Інтернет в короткі терміни сформувалися нові форми торгівлі з короткими каналами збуту, мінімальним оборотним капіталом і мінімізованим оподаткуванням. Нещодавно почали з'являтися Інтернет-компанії з системою менеджменту, чіткою структурою, бізнес-планом і маркетинговою політикою [7, с.126].

Інтернет-торгівля є складовою електронної комерції. Вона обмежується оптовою та роздрібною торгівлею товарами і послугами, не охоплює банківську діяльність, страхування, інвестування та інші види підприємництва, що є предметом діяльності електронної комерції. Електронна комерція передбачає здійснення всіх бізнес-процесів електронним способом, а Інтернет-торгівля допускає можливість виконання окремих бізнес-операцій без використання електронних технологій. Таким чином, Інтернет-торгівля являє собою підприємницьку діяльність з продажу товарів і послуг з використанням Інтернету. Вона може бути як додатковою для підприємства, або представляти самостійний бізнес. Основна форма організації Інтернет-торгівлі – Інтернет-магазин. Він виконує всі основні бізнес-процеси торговельного підприємства: вибір товарів покупцем, оформлення замовлень, проведення розрахунків, доставка товарів покупцю, відстеження виконання замовлень та гарантійний сервіс.

Важливим фактором розвитку торгівлі та економіки країни є інвестиції в торгівлю. Економічна ситуація в країні негативно вплинула на розмір ставок за кредитами, ускладнила функціонування торгових підприємств та призвела до нестачі оборотних коштів. Основними перевагами використання Інтернет-торгівлі та електронних торговельних майданчиків є зменшення собівартості через скорочення операційних витрат, персоналу та основних фондів, приріст обороту і глобалізацію ринків збуту, оперативний контроль в on-line режимі тощо. Інтернет, таким чином, знижує бар'єри для входу на ринок, підвищує інтенсивність конкуренції, розширює географію ринків, так як замовлення не обмежено нічим, крім безпосередньо доступом до мережі.

Особливістю Інтернет-торгівлі є можливість індивідуалізації роботи з покупцем, що дозволяє забезпечити його персональне обслуговування і відкриває широкі перспективи для детального вивчення споживчих переваг, мікросегментації ринку, розробки нових підходів до ефективного просування реалізованих товарів і послуг. Покупців приваблюють низькі ціни, широкий асортимент товарів.

Організація торгівлі в Інтернеті має свої переваги та недоліки як для покупців, так і для продавців. З одного боку, використовуючи електронну торгівлю, розширюється торговельний простір. Так на «полицях» Інтернет-магазину можна розмістити набагато більше товарів, ніж в реальному магазині. Крім того, автоматизуються такі процеси, як прийом і обробка замовлень, прийом платежів (за допомогою електронних грошей, гаманців тощо), відбувається зниження витрат на функціонування підприємства. У магазину також з'являється можливість працювати цілодобово. Для покупця відвідування магазину також стає більш простим. Інтернет-магазини можуть стати конкурентами звичайним магазинам, пропонуючи аналогічну продукцію за більш низькими цінами.

Перспективність Інтернет-торгівлі у сфері малого бізнесу зумовлена тим, що при невисоких витратах створення і функціонування підприємств, відкривається доступ до потенційних покупців, поліпшується інформаційна підтримка ринку. Зазначимо, що негативним моментом для покупця є недостатня кількість інформації про товар, неможливість розглянути його, тривалість і незручність доставки. Вважаємо, що головними факторами, які негативно впливають на Інтернет-торгівлю є:

- низька купівельна спроможність населення;
- нерозвиненість використання цифрових підписів, сертифікатів, шифрування;
- низький рівень страхування ризиків Інтернет-покупок;

- кібер-злочинність;
- висока вартість Інтернет-переказів.

Головними бар'єрами для здійснення покупок в Інтернеті є недовіра до якості товару, очікувані труднощі в процесі придбання та повернення, а також тривалість доставки, побоювання щодо обману і проблема вибору надійного магазину. При цьому, нерозвиненість фінансових операцій в Інтернеті пов'язана з фактором соціальної недовіри до Інтернету, а відсутність фізичного контакту (можливість відчувати фактуру придбаної речі) негативно позначається на роботі інтернет-магазинів.

Можна відзначити, що найбільший вплив на результати Інтернет-торгівлі мають ризики, пов'язані з непоставкою товарів, а також зі зміною купівельного попиту. Ретельний аналіз ризику дозволить не тільки зменшити вплив наслідків їх реалізації, але й навпаки, скористатися ситуацією та підвищити ефективність своєї господарської діяльності на ринку. Зокрема, ретельне формування асортименту, вибір постачальників дозволяє Інтернет-магазинам покращити свою ситуацію на споживчому ринку.

При розробці стратегії і тактики ціноутворення необхідно враховувати склад цільової групи покупців, рівень конкуренції. Ціни на основні товари доцільно встановлювати на рівні з конкурентами або нижче, в той час як ціни на супутні та імпульсні товари можна підвищити. Важливе значення для ефективної роботи Інтернет-магазину мають пошук і вибір оптимальних постачальників. Розглянемо критерії, на основі яких здійснюється цей бізнес-процес. Так, існують критерії, які є загальними для традиційної та віртуальної торгівлі. Це оптимальна ціна, належна якість товарів, стабільність їх асортименту, відстрочка платежу, можливість повернення нереалізованої продукції та ін. Підвищені вимоги повинні пред'являтися до постачальників Інтернет-магазинів відносно питань оперативності виконання замовлення і забезпечення мінімального розміру партії відвантажених товарів, що пов'язано з відсутністю, найчастіше, власного складу. Для Інтернет-магазину дуже важливо отримувати товари від постачальника в упаковці, яка зручна і безпечна з точки зору подальшої їх доставки покупцеві.

Бізнес-процес купівлі-продажу товарів в Інтернет-магазині відрізняється більшою складністю, ніж в традиційному магазині. У загальному плані він передбачає залучення клієнтів, організацію приймання та обробки замовлень, забезпечення доставки товарів і сервісного обслуговування покупців, здійснення розрахунків з ними, а також організацію маркетингової та рекламно-інформаційної діяльності з активізації продажу товарів і послуг. Наразі більшість Інтернет-магазинів для стимулювання продажу товарів використовують різноманітні рекламні акції. Для ефективного їх здійснення необхідні чітко обґрунтовані алгоритми проведення рекламних кампаній.

Головною умовою успішної Інтернет-торгівлі є врахування різноманітних потреб покупців. Цей фактор визначає організаційну структуру підприємства, а також склад і зміст здійснюваних бізнес-процесів. Інтернет-магазин буде привабливим для потенційного покупця, якщо він зможе зацікавити його пропонованими товарами та послугами за прийнятними цінами і належної якості. Тому ключовими завданнями Інтернет-магазину є формування оптимального асортименту, вибір правильної цінової політики та організація ефективної роботи з постачальниками. Формування асортименту товарів у віртуальних магазинах доцільно здійснювати на основі асортиментних матриць, що дозволяють максимально врахувати потреби покупця і отримати прибуток. Такі матриці повинні містити не тільки повний список пропонованих товарів, скомплектованих з урахуванням вимог категорійного менеджменту, але й відомості про запланований обсяг продажів і валовий дохід за кожною товарною позицією. Таким чином, ретельне формування асортименту і вибору постачальників дозволяє торговим організаціям покращити свою ситуацію на споживчому ринку.

Вважаємо, що можна виділити такі основні логістичні проблеми, притаманні Інтернет-торгівлі: доставка; отримання готівкової оплати (інкасація); повернення.

В Інтернет-торгівлі найбільш поширена передача на аутсорсинг доставки, інкасації та обробки повернень. Трансакційні витрати, які можуть виникнути у споживача за необхідності повернення, занадто високі порівняно з вартістю замовлення. Підвищення ефективності Інтернет-торгівлі залежить від якості логістичних послуг. Ефективна організація логістики дозволить підвищити конкурентоспроможність Інтернет-торгівлі загалом.

В останні часи набуває розповсюдження дропшипінг – абсолютно неконтрольована сфера підприємництва з боку держави в умовах сучасної глобальної економіки. Дропшипінг (від англ. dropshipping) – пряма поставка, в процесі якої посередник (дроппер) продає товари постачальника від свого імені, оформляючи замовлення на поставку після отримання оплати від покупців. Потім гроші переводяться постачальнику, який сам відвантажує товар клієнту. Вітчизняні Інтернет-магазини не завжди можуть конкурувати з китайськими компаніями, у яких ціни значно нижчі, а доставка часто безкоштовна. Тому основні постачальники товарів для дропшипінга знаходяться сьогодні в Китаї. Завдяки дропшипінгу виключається навіть сама необхідність поїздок до Китаю за товаром. Достатньо зареєструватися на Інтернет-сайті компанії, заповнити анкету, і весь асортимент пропонованої продукції негайно надходить у розпорядження торговця. Унаслідок цього дропшипінг розвивається за такими напрямками:

- групи в соціальних мережах, за допомогою яких продавці рекламують і просувають товари зі світових інтернет-аукціонів;
- інтернет-магазини, які відмовилися від оптових закупівель через падіння споживчого попиту.

Дропшипінг не вимагає від дропперів початкового капіталу. Дроппер не несе практично ніяких підприємницьких ризиків. Оплату товару постачальнику він здійснює лише після того, як одержує передоплату від покупця. Серед інших переваг дропшипінга для посередників можна виділити наступне:

- дропперу не потрібно складських приміщень. Йому необхідний персональний комп'ютер з виходом у мережу Інтернет та наявність домовленості з постачальником;
- відправку товару організує постачальник від імені дроппера. Він надає номер для відстеження поштового відправлення, здійснює гарантійний ремонт, заміну продукції і надає необхідну інформацію про товар;
- посередник має можливість співпрацювати з будь-якою кількістю постачальників одночасно на будь-якій кількості торгових майданчиків, розширюючи асортимент товарів і нарощуючи кількість клієнтів;
- дроппер самостійно створює впізнавану торгову марку та просуває її в Інтернеті.

Тому дропшипінг доступний усім бажаючим, які володіють мінімальними навичками Інтернет-торгівлі. Тут панує вільний ринок, а підприємницький успіх визначається рівнем маркетингової підготовки дроппера. Основним інструментом правового регулювання дропшипінгу виступає Митний кодекс. Проте українці можуть ввозити без сплати будь-яких податків всього три посилки на місяць на загальну суму не більше 450 євро, 150 євро кожна. Тобто, починаючи з четвертої посилки товари обкладаються митом, ПДВ та акцизом. Специфіка дропшипінга не дозволяє державним фіскальним органам відслідковувати такі угоди, але відкриває великі перспективи для вирішення проблем забезпечення життєдіяльності віддалених сільських районів і депресивних територій. Він підвищує ступінь доступності товарів та забезпечує рівний доступ на ринки для виробників, мінімізуючи ціни і підвищуючи тим самим життєвий рівень країни. Посередникам дропшипінг дає можливість додаткового заробітку, що важливо в умовах економічної кризи.

Виробникам дропшипінг дає колосальні можливості для виходу на світові ринки. Державі дропшипінг дозволяє знизити гостроту соціальних проблем в умовах економічної кризи за рахунок самозайнятості населення та збільшення доступності споживчих товарів. Саме сьогодні, коли цей процес тільки набирає обертів, існує гостра необхідність на

державному рівні зробити зусилля щодо суцільної підтримки і пропаганди цієї нової, по суті, форми просування товарів на споживчому ринку.

Найбільш активним серед Інтернет-користувачів є покоління Y (millennials, Young Liberty Love, мережеве покоління). Це покоління народжених після 1981–1983 рр., характеризується глибокою залученістю в цифрові технології. Найсильніший вплив на покоління Y має розвиток технологій мережевої комунікації. Старший вік і проживання в сільській місцевості значно зменшують можливість користування Інтернетом. Частка користувачів Інтернету серед людей 18–39 років в Україні досягла 91%. Підкреслюється, що за останні п'ять років зростання електронної комерції на українському ринку становить 50–60%. В Україні працює близько 8 тис. онлайн-магазинів, 300 найбільших з них займають до 80% ринку. Незважаючи на високу динаміку, у структурі роздрібної торгівлі України Інтернет-торгівля займає менше 0,4% [8]. Однак Інтернет-торгівля в нашій країні знаходиться наразі на стадії становлення. В Україні частка Інтернет-торгівлі, істотно менша, ніж у таких розвинених країнах, як США, Німеччина, Велика Британія та ін. Україна має один із найнижчих показників Інтернет-торгівлі серед країн Центральної та Східної Європи. Статистика щодо кількості інтернет-магазинів, їхнього товарообороту та поділ на продовольчі та непродовольчі Державною службою статистики України не ведеться. Аналіз тенденцій розвитку товарної пропозиції та споживчого попиту на національному ринку дозволяє зробити висновок, що розвиток торгівлі в Україні відповідає динаміці макроекономічних показників ринку. В Україні, у загальному обороті Інтернет-торгівлі більшу частку становлять непродовольчі товари [9, с.21].

Розглядаючи можливості розрахунків, потрібно відзначити, що оплата Інтернет-товарів та послуг може відбуватися як традиційними методами, так і електронними з використанням «електронних грошей». Платіжні системи дозволяють клієнтам здійснювати миттєві платежі. Також можливим є прийом грошових коштів через поповнення банківських карт, які надаються деякими банками (наприклад, система «Приват-24»). Заощаджується не тільки час, але і витрати на касове обслуговування клієнтів, інкасацію, обладнання. Найбільшими у світі електронними платіжними системами є PayPal і Moneybookers. Китайські Alibaba і Tencent створили платіжні системи Alipay та Tenpay. Apple Pay, Samsung Pay, Android Pay починають витісняти традиційні платіжні системи на основі банківських карт, системи поштових та банківських переказів, а також міжнародні платіжні системи (MoneyGram, Western Union, Contact, Unistream, Anelik та ін).

Для покупця в умовах кризи ціна є вирішальним чинником при ухваленні рішення про покупку. Проте дорогий Інтернет-еквайрінг та інші традиційні форми розрахунків ускладнюють розвиток Інтернет-торгівлі. Поява нових технологій фінтех – це відповідь на сучасні потреби сучасних поколінь, які хочуть економити час і гроші шляхом отримання послуг у цифровому форматі. Фінтех являє собою складну систему, що об'єднує сектори нових технологій та фінансових послуг, стартапи та відповідну інфраструктуру. Сектор фінансових послуг все активніше застосовує нові технології та інструменти для виконання своїх функцій і реалізації принципово нових рішень, в яких зацікавлені споживачі послуг. Технологію блокчейн все ширше використовують не тільки фінансові організації, але і корпорації. Однією із найважливіших технологій блокчейн є кріптовалюта, що представляє собою віртуальну валюту, зберігання і облік якої здійснюється в розподіленій базі даних. Зараз налічується кілька сотень видів кріптовалют, при цьому найвідомішою і найпоширенішою є «біткойн». Підкреслюється, що кріптовалюта є абсолютно інноваційним платіжним інструментом. Проте кріптовалюта має недоліки, що стримують її використання в Україні. Так, Біткойн успішно виконує функцію грошей у відносинах, які виникають у процесі суспільного виробництва між людьми по всьому світі. Сьогодні Біткойн є сучасною цифровою валютою, яка чудово підходить для розрахунків в мережі Інтернет. Вони не залежать від грошово-кредитної політики держави. Їх максимальна кількість обмежена, а тому інфляція їм не загрожує [10, с.20].

Зазначимо, що на сьогоднішній день дуже актуальна недостатня захищеність інформації і ненадійність електронних платежів. Досить часто персональні дані покупців «витікають» в мережу через недостатню захищеність сайту магазину.

Відзначимо, що злочинність трансформувалася на основі Інтернет-технологій, про що свідчать офіційні статистичні дані правоохоронних органів.

Вважаємо, що основними напрямками загального попередження злочинності в Інтернет-торгівлі є:

- вдосконалення кримінальної політики у сфері комп'ютерної злочинності;
- створення ефективної системи соціально-правового контролю над розповсюдженням фальсифікації в Інтернет-торгівлі;
- кримінологічна експертиза нормативно-правових актів щодо функціонування Інтернету в Україні;
- внесення змін до законодавства з метою вилучення процедур укладання угод, здійснених в електронній формі;
- прийняття заходів щодо вдосконалення правових основ фінтех.

В обставинах, що склалися, правоохоронці зазнають певних труднощів, які пов'язані з маловідомістю, швидким поширенням і диференціацією явищ, таких як Інтернет-фальсифікація, яка є частиною інтернет-торгівлі. Інтернет, як засіб розповсюдження інформації, неминуcho призводить до розповсюдження фальсифікаційних схем, пов'язаних з його використанням.

Висновки і перспективи подальших розробок. Для України розвиток Інтернет-торгівлі має великий потенціал. Інтернет дозволив не тільки створити нові форми ведення бізнесу, але й змусив переглянути зміни, які відбулися під його впливом у структурі конкурентних сил галузі. Прибутковість Інтернет-торгівлі забезпечує здатність утримати споживачів, для чого важливо переформатувати роботу на завоювання їхньої лояльності. Успіх розвитку Інтернет-торгівлі залежить від державного регулювання цієї сфери. На рівні урядів необхідно створити робочі групи для розробки законодавчих актів, які регулюють цю сферу, а також сферу фінтех. Провідним вищим навчальним закладам необхідно переглянути свої програми навчання з урахуванням світових трендів. Необхідно акцентувати увагу держави на вирішенні цієї складної проблеми на основі залучення широкого кола фахівців для поглибленого вивчення теорії і сформованої практики у сфері правового забезпечення Інтернет-торгівлі, у тому числі й за кордоном. Створити необхідні правові умови, що забезпечують функціональну рівнозначність юридичних документів, поданих в електронній формі, і юридичних документів, оформлених на папері. З урахуванням світового досвіду підготувати пропозиції щодо зміни норм, що регулюють розробку та використання засобів шифрування на споживчому рівні. З урахуванням світового досвіду треба підготувати пропозиції щодо зміни норм, що регулюють розробку та використання засобів шифрування, що також підвищить потенціал української торгівлі, визначить умови ефективного формування експортного потенціалу економіки. Так, для того, щоб цьому процесу нічого не перешкоджало, необхідна державна підтримка, розвиток інфраструктури Інтернет-торгівлі та забезпечення безпеки особистих даних клієнтів і прав інтелектуальної власності.

Література

1. Федулова Л. І. Передумови формування інформаційно-технологічної інфраструктури торговельних підприємств // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2015. № 1. С. 73–86.
2. Хижняк О. С. Недоліки електронного бізнесу в Україні і шляхи їх усунення // *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2016. № 16. С. 90–94.
3. Ілляшенко С. М., Іванова Т. Є. Перспективи та основні проблеми розвитку інтернет-торгівлі в Україні // *Механізм регулювання економіки*. 2014. № 3. С. 72–81.

4. Юдін О. М., Макарова М. В., Лавренюк Р. М. Системи електронної комерції: створення, просування і розвиток: монографія. Полтава: РВВ ПУЕТ, 2011. 201 с.
5. Маловичко С. В. Аналіз сучасних тенденцій та динаміки розвитку електронної торгівлі на підприємствах України // Проблеми економіки. 2015. № 2. С. 71–77.
6. Криша В. В., Колеснік А. Р., Гессен А. Є. Ефективність діяльності підприємств в умовах розвитку електронних ринків // Молодий вчений. 2017. № 5. С. 642–646.
7. Юринець З. В. Інноваційні технології та інструменти розвитку сфери торгівлі // Науковий вісник НЛТУ України. 2016. Вип. 26.2. С. 125–129.
8. Павлова В. А. О проблемах развития онлайн-торговли в Украине // Економічний нобелівський вісник. 2014. № 1 (7). С. 349–354.
9. Дубовик Т. В. Інтернет-торгівля в Україні // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. 2013. № 1 (87). С. 20–28.
10. Васильчак С. В., Куницкая-Ильяхи М. В., Дубина М. П. Использование криптовалют в современных экономических системах Украины: перспективы и риски // Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького. 2017. № 76 (Т. 19). С. 20–24.

References

1. Fedulova, L. I. (2015). Prerequisites for formation of information and technological infrastructure of trade enterprises [Peredumovy formuvannia informatsiino-tekhnologichnoi infrastruktury torhovelnykh pidpriemstv], *Marketynh i menedzhment innovatsii*, No. 1, s. 73–86 [in Ukrainian]
2. Khizhnyak, O. S. (2016). Disadvantages of electronic business in Ukraine and ways of their elimination [Nedoliky elektronnoho biznesu v Ukrainy i shliakhy yikh usunennia], *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu*, Seriya: Ekonomichni nauky, No. 16, s. 90–94 [in Ukrainian]
3. Illyashenko, S. M., Ivanova, T. Ye. (2014). Prospects and main problems of development of Internet-trade in Ukraine [Perspektyvy ta osnovni problemy rozvytku internet-torhivli v Ukraini], *Mekhanizm rehuliuвання ekonomiky*, No. 3, s. 72–81 [in Ukrainian]
4. Yudin, O. M., Makarova, M. V., Lavrenyuk, R. M. (2011). Systems of e-commerce: creation, advancement and development: monograph [Systemy elektronnoi komertsii: stvorennia, prosunennia i rozvytok: monohrafiia], PVV PUET, Poltava, 201 s. [in Ukrainian]
5. Malovychko, S. V. (2015). Analysis of modern trends and dynamics of e-commerce development at Ukrainian enterprises [Analiz suchasnykh tendentsii ta dynamiky rozvytku elektronnoi torhivli na pidpriemstvakh Ukrainy], *Problemy ekonomiky*, No. 2, s. 71–77 [in Ukrainian]
6. Krysha, V. V., Kolesnik, A. R., Hessen, A. Ye. (2017). Efficiency of the enterprises in the conditions of development of electronic markets [Efektyvnist diialnosti pidpriemstv v umovakh rozvytku elektronnykh rynkiv], *Molodyi vchenyi*, No. 5, s. 642–646 [in Ukrainian]
7. Yurynets, Z. V. (2016). Innovative technologies and instruments of development of trade sphere [Innovatsiini tekhnologii ta instrumenty rozvytku sfery torhivli], *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*, Vyp. 26.2, s. 125–129 [in Ukrainian]
8. Pavlova, V. A. About the problems of online-trade development in Ukraine [O problemakh razvitiya on-layn trgovli v Ukraine], *Ekonomichnyi nobelivskyi visnyk*, No. 1 (7), s. 349–354 [in Russian-Ukrainian]
9. Dubovyk, T. V. (2013). Internet-commerce in Ukraine [Internet-torhivlia v Ukraini], *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho torhivelno-ekonomichnoho universytetu*, No. 1 (87). С. 20–28 [in Ukrainian]
10. Vasilchak, S. V., Kunitskaya-Ilyash, M. V., Dubina, M. P. (2017). The use of cryptocurrency in modern economic systems of Ukraine: prospects and risks [Ispolzovanie kriptovalyut v sovremennykh ekonomicheskikh sistemakh Ukrainy: perspektivy s riski], *Naukovyi visnyk Lvivskoho natsionalnoho universytetu veterynarnoi medytsyny ta biotekhnologii im. S. Z. Gzhytskoho*, No. 76 (Т. 19). s. 20–24 [in Russian-Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 01.03.2018.

УДК 005.95:005

Валерій Григорович НИКИФОРЕНКО

доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри управління персоналом та економіки праці, Одеський національний економічний університет, Україна, e-mail: nikiforenko@te.net.ua, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5661-8323>

Віра Олексіївна КРАВЧЕНКО

кандидат економічних наук, професор кафедри менеджменту організацій та зовнішньоекономічної діяльності, Одеський національний економічний університет, Україна, e-mail: kravchenkovera8@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0352-0306>

**КРОС-КУЛЬТУРНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ І УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ
ЯК СКЛАДОВІ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ**

Никифорова, В. Г., Кравченко, В. О. Крос-культурний менеджмент і управління персоналом як складові системи стратегічного управління // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць (ISSN 2313-4569); за ред. М. І. Зверькова (голов. ред.) та ін. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2018. № 1 (65). С. 103–118.

Анотація. У статті розглянуто підходи зарубіжних і вітчизняних вчених щодо визначення і місця організаційної культури, крос-культурного менеджменту і управління персоналом в системі стратегічного управління при досягненні цілей організації в ринковому середовищі. Узагальнено різні точки зору щодо співвідношення указаних понять. Запропоновано авторське тлумачення системоутворюючих взаємозв'язків крос-культурного менеджменту і управління персоналом як визначальних складових стратегічного управління. Обґрунтовано використання конкретного категоріального апарату у визначенні системних зв'язків елементів стратегічного управління. Запропоновано перелік заходів довготривалого характеру щодо реалізації сучасних підходів до широкого впровадження стратегічного управління в практику українських організацій.

Ключові слова: системоутворюючі взаємозв'язки; організаційна культура; крос-культурний менеджмент; управління персоналом; стратегічне управління.

Валерий Григорьевич НИКИФОРЕНКО

доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой управления персоналом и экономики труда, Одесский национальный экономический университет, e-mail: nikiforenko@te.net.ua, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5661-8323>

Вера Алексеевна КРАВЧЕНКО

кандидат экономических наук, профессор кафедры менеджмента организаций и внешнеэкономической деятельности, Одесский национальный экономический университет, e-mail: kravchenkovera8@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0352-0306>

**КРОСС-КУЛЬТУРНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И УПРАВЛЕНИЕ
ПЕРСОНАЛОМ КАК СОСТАВЛЯЮЩИЕ СИСТЕМЫ
СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ**

Никифорова, В. Г., Кравченко, В. А. Кросс-культурный менеджмент и управление персоналом как составляющие системы стратегического управления // Вестник социально-экономических исследований: сб. науч. трудов (ISSN 2313-4569); под ред. М. И. Зверькова (глав. ред.) и др. Одесса: Одесский национальный экономический университет. 2018. № 1 (65). С. 103–118.

Аннотация. В статье рассмотрены подходы зарубежных и отечественных ученых к определению значения и места организационной культуры, кросс-культурного менеджмента и управления персоналом в системе стратегического управления при достижении целей организации в рыночной среде. Обобщены различные точки зрения относительно соотношения указанных понятий. Предложено авторское толкование системообразующих взаимосвязей кросс-культурного менеджмента и управления персоналом как определяющих составляющих стратегического управления. Обосновано использование конкретного категориального аппарата в определении системных связей элементов стратегического управления. Предложен перечень мероприятий долгосрочного характера по реализации современных подходов к широкому внедрению стратегического управления в практику украинских организаций.

Ключевые слова: *системообразующие взаимосвязи; организационная культура; кросс-культурный менеджмент; управление персоналом; стратегическое управление.*

Valeriy NIKIFORENKO

*Doctor of Economics, Professor, Head of Personnel Management and Labor Economics
Department, Odessa National Economic University, Ukraine, e-mail: nikiforenko@te.net.ua,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5661-8323>*

Vera KRAVCHENKO

*PhD in Economics, Professor of Management of Organizations and Foreign
Economic Activities Department, Odessa National Economic University, Ukraine,
e-mail: kravchenkovera8@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0352-0306>*

**CROSS-CULTURAL MANAGEMENT AND PERSONNEL MANAGEMENT
AS COMPONENTS OF STRATEGIC MANAGEMENT SYSTEM**

Nikiforenko, V., Kravchenko, V. (2018). Cross-cultural management and personnel management as components of strategic management system. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Kros-kulturnyi menedzhment i upravlinnia personalom yak skladovi systemy stratehichnoho upravlinnia; za red.: M. I. Zveriyakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; Visnik social'no-ekonomichnih doslidzhen' (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 1 (65), pp. 103–118.

Abstract. *The approaches of foreign and domestic scientists to the definition of significance and place of organizational culture, cross-cultural management and personnel management in the strategic management system in achieving the goals of the organization in a market environment are considered in the article. The different points of view regarding the correlation between these concepts are generalized. The author's interpretation of system-forming interconnections of cross-cultural management and personnel management as the defining components of strategic management is offered. The use of a specific categorical apparatus in the identification of systematic links between the elements of strategic management is substantiated. The list of long-term actions concerning the implementation of modern approaches to the wide introduction of strategic management into the practice of Ukrainian organizations is proposed.*

Keywords: *system-forming interrelations; organizational culture; cross-cultural management; personnel management; strategic management.*

JEL classification: J530; M140

Постановка проблеми у загальному вигляді. На початку третього тисячоліття особливо гостро відчувається вплив глобалізації, інтернаціоналізації та інтеграційних процесів на розвиток національної економіки, що знайшло відображення у зростанні масштабів міжнародного співробітництва. Динамізм і складність сучасного бізнес-середовища поставили перед керівництвом транснаціональних корпорацій нові складні виклики, до вирішення яких необхідно підходити комплексно. Саме життя потребує кардинальних змін у поглядах на шляхи ефективного функціонування ТНК у ринковому середовищі. За оцінками фахівців, в умовах глобалізації бізнесу перед міжнародними компаніями постає стратегічне завдання щодо подолання крос-культурних розбіжностей. Ця проблема не обминула й Україну, яка почала найбільш активно стикатися з питаннями інтеграції протягом останніх 10 років [1, с.22]. Міжнародний бізнес, що пов'язаний з крос-культурною взаємодією, характеризується не тільки витратами через складності ведення бізнесу, але і вигодами від взаємного обміну знаннями, цінностями, нормами, досвідом тощо. Отже, недостатнє використання можливостей потенціалу крос-культурної взаємодії персоналу може призвести до суттєвого зниження ефективності міжнародного співробітництва. Водночас, аналіз вітчизняних джерел наукових досліджень і практичного досвіду свідчить про те, що проблемі ефективної взаємодії різних організаційних культур як важливої складової реалізації систем стратегічного управління в Україні не надається достатньої уваги.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Перші наукові уявлення про організаційну (корпоративну) культуру з'являються у західній літературі на початку 80-х років ХХ ст. завдяки дослідженням Т. Дж. Пітерса, Р. Х. Уотермена, Є. Шейна, К. Камерона та інших учених. Розвиток управлінських наук став поштовхом для виокремлення нового

напрямку – ресурсного підходу, у рамках якого підвищення ефективності організації, перш за все, досягається за рахунок підвищення ефективності її персоналу, при цьому в якості методів стимулювання використовується можливість творчої самореалізації, причетності до управління. Тому формування поглядів на організаційну культуру як механізм регуляції трудової поведінки персоналу стало очевидним.

Класичний підхід до розуміння впливу культури на міжнародну економічну діяльність ґрунтується на понятті культури як емпіричної категорії, що відображає відносно стабільну, однорідну, внутрішньо несуперечливу систему специфічних припущень, цінностей та норм, які можна об'єктивно описувати; щось, чим колективно володіють члени групи, організації або нації, або чим вони користуються. Цей підхід розглядає особливості національних культур та дозволяє зрозуміти, як ці особливості впливають та визначають специфіку ведення бізнесу в тій чи іншій культурній системі. Знання особливостей та специфіки культурних систем формує особливу компетентність фірми, несе заряд принципово нових конкурентних переваг, а тому суттєво підвищує ефективність співробітництва з іноземним партнером.

Культура є фундаментальною та визначальною базою формування будь-якої економічної системи. Один із найбільш впливових представників цього наукового напрямку С. Хантінгтон вважає, що дистанціювання культур є перешкодою на шляху до ефективних міжнародних економічних відносин: «...народи та країни з подібними культурами йдуть разом, народи і країни з різними культурами йдуть порізно» [2].

Виокремлення поняття крос-культурного менеджменту відбулося ще у середині ХХ століття. Саме у цей період сферу крос-культурного менеджменту досліджував Пітер Мердок. Разом з Дугласом Уайтом ним було досліджено більше 180 різних культур та складено глибинні описи їх культурних особливостей [3, с.121]. Згодом почали досліджувати питання крос-культурного менеджменту та впливу національних культур та мовних відмінностей на управління персоналом.

Вивченню особливостей застосування крос-культурного аналізу управління міжнародними компаніями присвячено роботи К. Бартлетт, Дж. Блека, М. Борга, С. Госхела, Х. Грегерсена, М. Менденхелла, Г. Перлмуттера, Г. Хедлунга, а також праці деяких російських та українських вчених, зокрема, А. Белорусова, О. Кириченко, С. Мясоедова, С. Пивоварова. Розвиток наукових підходів щодо дослідження категорії крос-культурного менеджменту в процесі управління персоналом знайшов відбиття в працях зарубіжних та вітчизняних науковців, а саме: К. Камерона, Т. Пітерса, Р. Уотермена, Е. Т. Холла, Р. Д. Левіса, Г. Хофстеде, Ф. Тромпенарса, К. Гірц, Ю. Койвісто. Серед українських науковців це: О. Буряк, Н. Мешко, Ю. Петрушенко, Н. Попова, М. Риженко, О. Романуха, С. Рудакова, Н. Тодорова, В. Шинкаренко, Л. Щетініна та ін. Водночас, аналіз досліджень і публікацій свідчить, з одного боку, про наявність великої кількості поглядів щодо указаної проблеми, а, з іншого боку, – про те, що у багатьох випадках думки науковців віддзеркалюють лише ті аспекти, в яких вони є визнаними фахівцями (психологічні, соціальні, управлінські тощо).

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Значні світові надбання у сфері нових підходів до крос-культурного менеджменту та ролі персоналу в умовах швидких і не завжди передбачуваних змін у ринковому міжнародному середовищі при одночасному існуванні декількох технологічних укладів потребують подальшого системного і комплексного дослідження. Очевидно, що наявність різних думок науковців і практиків свідчить не тільки про розмаїття думок, але й про наявність певних прогалин у реалізації складної і багатопланової системи крос-культурного менеджменту, у якій основними складовими є культура та управління персоналом.

Постановка завдання. Вищезазначена обставина викликає нагальну необхідність визначення системоутворюючих взаємозв'язків крос-культурного менеджменту та управління персоналом як визначальних складових в системі стратегічного управління міжнародними корпораціями. Метою статті є дослідження підходів до трактування крос-культурного менеджменту і управління персоналом в системі стратегічного управління. Для досягнення визначеної мети були виокремлені відповідні завдання, а саме: вивчення та узагальнення

думок учених різних галузей наук щодо сутності крос-культурного менеджменту та управління персоналом; визначення власного авторського бачення ролі і взаємозв'язків крос-культурного менеджменту і управління персоналом як компонентів системи управління міжнародними корпораціями; формування відповідних висновків і пропозицій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Теоретичною і методологічною основою роботи є фундаментальні положення теорії менеджменту, дослідження вітчизняних і зарубіжних учених і фахівців з питань крос-культурного менеджменту та стратегічного управління персоналом. У процесі дослідження використано методи теоретичного узагальнення, ретроспективного аналізу та синтезу, статистичного аналізу, системного підходу та експертних оцінок і соціологічних опитувань.

Спробуємо провести аналіз думок визнаних учених з урахуванням необхідності виокремлення елементів системного взаємозв'язку крос-культурного менеджменту та управління персоналом.

Відомий дослідник Е. Шейн довів, що культура – це система «...колективних базових уявлень, які набуваються групою при вирішенні проблем адаптації до зовнішнього середовища і внутрішньої інтеграції, які довели свою ефективність і тому розглядаються як цінність і передаються новим членам групи в якості правильної системи сприйняття, мислення і відчуття відносно названих проблем» [4, с.31–32]. У цьому визначенні можна виокремити два аспекти, які мають відношення до крос-культурного менеджменту, а саме – необхідність адаптації до зовнішнього середовища і внутрішню інтеграцію членів організації відповідно до її розвитку в майбутньому. Це, безперечно, важливі аспекти, але вони не можуть слугувати в якості комплексного визначення компонентів стратегічного управління персоналом, оскільки не несуть управлінського впливу з боку керівників.

Т. Питерс і Р. Уотермен розкрили зв'язок між культурою і успіхом в роботі підприємства, а саме: «вивели» низку вірувань і цінностей організаційної культури, які привели ці компанії до успіху: 1) віра в дії; 2) зв'язок зі споживачем; 3) заохочення автономії і заповзятливості; 4) розгляд людей як головного джерела продуктивності і ефективності; 5) знання того, чим керуєш; 6) не займатися тим, чого не знаєш; 7) проста структура і невеликий штат управління; 8) одночасне сполучення гнучкості та жорсткості в організації [5, с.245–247]. Вивчивши досвід 62 провідних американських компаній вони зробили висновок, що більшість з них утримують відповідні структурні підрозділи і запроваджують спеціальні програми, спрямовані на діагностику і вдосконалення організаційної культури, відносини між керівництвом і працівниками будуються за принципом «продуктивність – від людини» [5, с.297]. У роботі указаних учених також можна зазначити декілька складових стратегічного управління: одночасне сполучення гнучкості та жорсткості в організації та сприйняття людей як головного джерела ефективності. Тобто має місце деяка обмеженість стратегічного бачення розвитку організацій.

К. Камерон та Р. Куін довели, що культура організації проявляється в тому, що для неї є цінним, який стиль її лідерства, мова та символи, процедури та повсякденні норми, а також в тому, як визначається успіх. Інакше кажучи, все те, що визначає унікальність характеру організації [6, с.52]. Вважаємо, що така думка є досить звуженою і не може розглядатися у якості системної характеристики стратегічного управління.

Р. Льюїс умовно розділив кілька тисяч національних і регіональних культур у світі на три групи за типовою поведінкою представників цих культур: моноактивні, поліактивні і реактивні. В основу цієї класифікації культур покладено принцип організації діяльності суспільства в часі. Моноактивні культури – це культури, в яких діяльність підпорядкована чіткому плануванню та організована в певній послідовності, які не схвалюють відволікання на інші завдання і сприймають час лінійно. Поліактивні культури – це культури, в яких прийнято робити декілька справ одночасно і для яких спілкування з людьми набагато важливіше, ніж план або домовленість щодо термінів виконання зобов'язань. Реактивні культури – це культури, в яких діяльність організована залежно від мінливої обстановки і є реакцією на ці зміни [7, с.52].

Необхідно зазначити, що українські науковці приділяють проблемам крос-культурного менеджменту значний інтерес, про що свідчать відповідні публікації у фахових виданнях.

Ю. Петрушенко вважає, що культура – це різноманітність спільних знань; «місця перебування» спільного знання та подібного світогляду, які постійно перекриваються та перерозподіляються. Історично й традиційно зумовлені знання формують специфіку ведення справ у тій чи іншій країні. Цей процес можна назвати накопиченням мудрості організації. Успіх багатьох фірм пояснюється їх здатністю виявити явне знання із неявного в процесі спільної роботи та наступного відтворення в різних ситуаціях, тим самим перетворюючи його в додатковий корпоративний ресурс [8].

Фахівець у сфері крос-культурного менеджменту Н. Тодорова наголошує на наступному. «Культура не є однією з ідей, які охоче використовують менеджери чи службовці для пояснення організаційної поведінки. Поки вони не зітнуться з ідеєю культури, вони часто не в змозі розглядати її як можливе пояснення змін у функціонуванні організацій, тому приписують моделі й зміни в поведінці будь-яким іншим впливам, крім культури. У той час, як розмаїтість викликає більшість проблем в об'єднуючих процесах, вона надає багато переваг у процесах, що вимагають різнопланових підходів і поглядів [9, с.155]. Особливу роль у крос-культурному менеджменті, зазначає Н. Тодорова, відіграють переваги різноманіття. Так, культурно-сінергічні переваги (організаційні вигоди від багатокультурності) проявляються: у розширенні знань (безліч видів, більша відкритість до нових знань, безліч інтерпретацій); переваги, обумовлені культурою (вигоди в роботі із специфічною країною чи культурою проявляються: у кращому розумінні іноземних службовців; дозволяють більш ефективно працювати з конкретними іноземними клієнтами; краще розуміти політичне, соціальне, юридичне, економічне, культурне середовище інших країн) [9, с.156].

О. Романуха указує, що «успіх тієї чи іншої компанії на зовнішньому ринку головним чином залежить від того, наскільки правильно побудовані професійні комунікації із закордонним партнером по бізнесу; як добре керівник вивчив особливості та закони бізнесу в країні свого партнера; чи добре він знає особливості місцевої культури для просування продукту на ринок; як враховані для цього особливості соціального буття потенційних клієнтів, психологія поведінки споживачів даної країни [10, с.155].

Н. Мешко зазначає, що для того, аби бути у змозі вижити в глобальному конкурентному середовищі, ресурси повинні бути використані якомога ефективніше, а також гнучко, і це значною мірою стосується персоналу компанії. Ноу-хау співробітника та його навички відіграють важливе значення, їх поєднання і спрямованість на застосування на практиці є критеріями успіху компаній [11, с.156].

В. Щетініна, С. Рудакова та С. Кравець у статті «Сутність крос-культурної компетентності: від теорії до практики» довели, що «вплив теорії на практику набуття крос-культурної компетентності, базується на вивченні досвіду міжнародних та вітчизняних компаній, оскільки навіть міжнародні стандарти мають специфіку на різних кінцевих ринках, а процес їх локалізації мусить враховувати особливості національного законодавства та вимоги бізнесу» [12].

О. Грішнова зазначає, що «...не лише цінності суттєво впливають на функціонування корпоративної культури системи, але й корпоративна система впливає на цінності працівника. Наприклад, якщо в компанії однією з найважливіших цінностей є розвиток, то цінності персоналу такої компанії мають проявлятися у прагненні до розвитку. Розвиток і саморозвиток має стати цінністю переважної більшості працівників компанії» [13, с.238]. Взаємний вплив, на який указує О. Грішнова, дійсно є важливою, але далеко не єдиною компонентою функціонування ефективної організаційної культури.

На більш системний зв'язок культури з управлінням персоналом указує А. Колот, який стверджує, що розвиток культури пов'язаний з визначенням базових цінностей, знаходженням способів соціальної згуртованості співробітників, встановленням певного типу відносин між членами організації, а також із зовнішнім середовищем [14, с.14].

Фахівець у сфері організаційної культури М. Семикіна, що надає відповідну оцінку реального стану організаційної культури в Україні, вважає, що вона слугує суттєвою перешкодою переходу вітчизняної економіки до стратегічного управління. За її думкою «... для більшості українських підприємств наявна організаційна культура увійшла в протиріччя із завданнями адаптації до вимог конкурентного середовища. Недоліки і проблеми формування організаційної культури негативно відбиваються на мотивації персоналу до ефективної праці, стані соціально-трудових відносин, особливостях трудового менталітету, що, у свою чергу, стає однією з відчутних перешкод у забезпеченні ефективної діяльності підприємств» [15, с.238].

Необхідно зауважити, що дехто з науковців цілком слушно, на наш погляд, зауважує на роль організаційної культури в управлінському впливі на персонал організації. За думкою С. Пасеки, до складових корпоративної культури, окрім правил та сталої практики, додаються звичаї в галузі корпоративного управління [16, с.96]. І. Петрова наголошує, що до цих визначень необхідно додати управлінський контекст організаційної культури, зміст якого автор вбачає в тому, що організаційна культура, по-перше, є окремою підсистемою сучасних засобів управління організацією; та по-друге, процес її формування не може бути неформальним, на рівні вільного утворення цінностей та звичаїв, а має бути об'єктом доцільного управлінського впливу [17, с.77].

У колективній монографії «Корпорації: управління та культура» [18] доведено, що установлені особливості персоналу, як носія культури, викликають необхідність постійної адаптації його поведінки до змін умов функціонування підприємства, які складають основу його культури. Методи адаптації культури підприємства співзвучні з методами підтримки культури. Це зміна уваги менеджера з управління персоналом, а саме: «...зміна стилю управління конфліктом або кризою; перепроєктування ролей і зміна фокусу у програмах навчання; зміна критерію стимулювання; зміна акцентів у кадровій політиці; зміна організаційної символіки і обрядовості» [18, с.309]. Можливо, ця робота ближче за інших підійшла до визначення чинників, що можуть стати у нагоді при визначенні методологічних підходів до формування відповідних стратегій управління персоналом міжнародних компаній.

Таким чином, аналіз наукових поглядів свідчить про те, що в економічній літературі сьогодні проблема крос-культурного менеджменту та стратегічного управління людськими ресурсами потребує поглибленого вивчення з позицій співвідношення указаних понять та їхнього місця у системі стратегічного управління, оскільки практика менеджменту персоналу ставить нові задачі щодо зростання ролі нематеріальних активів підприємства, а відтак, їх важливої складової – організаційної культури.

Розглянемо деякі варіанти співвідношень цих понять, що використовуються у науковому лексиконі більш за все. Авторами [19] раніше було визначено такі співвідношення:

1. Крос-культурний менеджмент і управління персоналом виступають одне до одного чинниками внутрішнього впливу. Відповідно до загальноприйнятого тлумачення чинник – це причина, рушійна сила будь-якого процесу, що визначає його характер або окремі його риси. Але таке тлумачення не дозволяє визначити місце кожного з понять в процесі стратегічного управління, оскільки їх можна трактувати і як однопорядкові, і як такі, що мають самостійне уособлене значення.
2. Крос-культурний менеджмент як самостійна підсистема – це важливий чинник впливу на ефективність стратегічного управління. Існування цього тлумачення має право на використання, але з боку методологічного підходу не надає системних зв'язків категорійного апарату стратегічного управління.
3. Крос-культурний менеджмент як інструмент (метод) управління персоналом. Дійсно, управління персоналом розглядається як сукупність механізмів, принципів, форм і методів впливу на формування, розвиток і використання персоналу організації, реалізованих як низка взаємозалежних напрямків і видів діяльності. Отже, управління персоналом виступає одночасно і як система організації, і як процес, і як структура. Відповідно до

вказаного, можна стверджувати, що під системою управління персоналом розуміють сукупність методів, процедур і програм впливу організації на своїх співробітників з метою максимального використання їхнього потенціалу. Між тим, крос-культурний менеджмент можна визначити як управління відносинами, що виникають на межі національних і організаційних культур на основі визначення і використання при управлінні організацією закономірностей поведінки, властивих національній діловій культурі.

Водночас, метою авторів статті є визначення більш чіткого методологічного підходу до указаних понять та їх місця у системі стратегічного управління організацією.

Якщо використовувати відповідну методологію щодо визначення співвідношення крос-культурного менеджменту і управління персоналом, можна запропонувати схему, що дозволяє, вважаємо, надати більш чітке уявлення місця і взаємозв'язку указаних вище понять у системі стратегічного управління (рис. 1). Водночас, наданий взаємозв'язок потребує додаткового розгляду щодо визначення місця крос-культурного менеджменту й управління людськими ресурсами в системі категоріального апарату.



Рис. 1. Взаємозв'язок співвідношення крос-культурного менеджменту і управління персоналом в системі стратегічного управління (розроблено авторами)

Зрозуміло, що обмежений обсяг статті не надає можливості детального викладу сутності і системного змісту таких категорій стратегічного управління як закони, принципи управління, цілі стратегічного управління і відповідні стратегії, методи та методики і технології, що мають використовуватися для досягнення визначених цілей. Тому виокремимо лише частину указаних категорій, а саме «цілі – стратегії – методи – прийоми». Якщо використовувати загальноприйняте розуміння того, що мета визначає організаційну структуру організації, систему й механізм управління і є системоутворюючим, системоорганізуючим фактором, можна використати наступну послідовність. Якщо має місце чітке уявлення мети, виникає необхідність вибору відповідної стратегії, яка визначає перспективні напрямки й траєкторію руху організації в часі й просторі; організує форми, технології, методи, способи й прийоми діяльності людей. При цьому необхідно зауважити, що стратегія, по-перше, – це динамічна модель доцільної, системної діяльності людей, яка враховує вплив факторів зовнішнього й внутрішнього середовищ, і, по-друге, – це функція

управління, що відокремилася. Таким чином, стратегічне управління людськими ресурсами указує на загальний напрямок руху компанії на шляху до досягнення своїх цілей за допомогою управління людьми. У свою чергу, мета управління персоналом – це забезпечення ефективної організації людських ресурсів у межах окремого підприємства чи установи. В умовах ринкової економіки нове розуміння управління персоналом полягає в тому, що замість відомої схеми управління А. Файоля (планування, організація, розпорядництво, координація, контроль) починає функціонувати більш складна модель, яка базується на взаємозв'язку управлінських процесів і операцій, цілей та ресурсів організації. Узагальнення вітчизняного і зарубіжного досвіду дозволяє сформулювати глобальну мету управління персоналом: формування, розвиток і реалізацію з найвищою ефективністю трудового потенціалу організації. Програмною ж метою в організації роботи з персоналом має стати оволодіння механізмом управління трудовою (індивідуальною, психофізіологічною тощо) діяльністю людини у суворій відповідності до принципів ефективного використання її особистісного потенціалу і формування особистості, яка володіє колективною психологією, високою кваліфікацією, розвиненим почуттям співвласника організації та високою відповідальністю. При цьому визначальним є очевидна необхідність урахування закономірностей поведінки, властивих національним діловим культурам персоналу. Наголосимо, що головним методом (інструментом) реалізації такої системи є саме крос-культурний менеджмент, який одночасно виступає і як одна з найважливіших стратегій усієї системи стратегічного управління людськими ресурсами.

Таким чином, крос-культурний менеджмент може розглядатися як цілісний та ефективний інструмент управління персоналом тільки в умовах наявної сформованої структури домінуючих ціннісних орієнтирів та визначеної ієрархії ціннісних орієнтирів трудового колективу, що і буде складати сутність культури організації. З точки зору багатьох дослідників процес формування організаційної культури прямо залежить від ідентичності процесу створення самої групи, оскільки сутність групи, характерні для її членів образ мислення, погляди, відчуття та цінності, виявляються наслідком колективного досвіду і колективного навчання, яке виражається в системі прийнятих групою уявлень, які й постають як культура цієї групи.

Для практичної реалізації вищезазначеного доцільно проведення певної роботи щодо формування адекватного стилю керівництва. Керівникам підприємств та їхніх структурних підрозділів у першу чергу потрібно звернути увагу на розвиток таких якостей як: знання науки управління, комплексність мислення, рівень умотивованості на роботу, інформаційна відкритість, конструктивне сприйняття критики, організаторські здібності, уміння мотивувати, переконувати й вирішувати конфлікти, ініціативність, здатність до навчання, професійна компетентність. Однак, щоб підлеглі демонстрували конструктивну ділову активність та ініціативність, необхідна соціальна відвага та сильне бажання розвиватися разом з підприємством. Таке можливо тільки за умов, якщо спеціально та системно формується ефективний соціально-психологічний (інноваційно-підприємницький) клімат, сутність якого – залучення всіх співробітників до процесу розвитку організаційної культури. Сутність культури організації відображається саме в її функціях, завдяки реалізації яких культура виступає одним із соціальних механізмів управління соціально-економічними процесами підприємства. Основні функції організаційної культури: змістовна, виховна, освітня, розвиваюча, мотиваційна, інтегруюча, охоронна, нормативно-регулююча, змінююча, адаптивна, комунікативна, селективна, стабілізуюча, оптимізуюча, відтворювальна [20, с.263]. Оскільки організаційна культура присутня у всіх сферах діяльності персоналу підприємства, її функції повинні бути реалізовані у всіх функціональних блоках системи управління підприємством, у тому числі управління персоналом.

Важливо відзначити, що багато функцій крос-культурного менеджменту тісно стикаються з функціями системи управління персоналом. Крос-культурний менеджмент, впливаючи на кожний функціональний блок системи управління, відображає ідеологію управління організацією, тобто створює фундамент процесу управління – його ідеологію.

Практика успішних компаній свідчить про те, що культура організації породжуються лідерами, які транслиують групі індивідуальні цінності. Завдання лідера – управляти і контролювати прояв усіх елементів культури. Крос-культурний менеджмент, як унікальне явище, відображає специфіку кожної конкретної організації, її базові цінності, принципи, норми та артефакти. Саме тому важливим є не конкретний перелік цих постулатів, а ступінь їх ефективності для конкретної організації. Надамо перелік корпоративних цінностей і місії провідних транснаціональних компаній світу, що мають високий рівень організаційної культури (табл. 1).

Таблиця 1

Корпоративні цінності та місії провідних транснаціональних компаній із розвинутою організаційною культурою (удосконалено авторами за матеріалами [21])

Компанія	Деякі базові корпоративні цінності	Місія
Microsoft (США)	Персонал (співробітники) Споживачі Постійне удосконалення Думати і діяти глобально Інноваційність	Сприяти людині та суспільству у всьому світі реалізовувати свій потенціал повною мірою
Bayer (Німеччина)	Відповідальність Взаємодопомога Постійне вдосконалення Довіра (клієнта, бізнес-партнера, акціонерів, суспільства)	Бути світовим лідером у постачанні товарів і послуг преміум класу для індивідуальної мобільності
Toyota (Японія)	Відповідальність до своїх обов'язків Креативність Практичність Повага та вдячність	Виробляти надійні транспортні засоби та сприяти сталому розвитку суспільства шляхом використання інноваційних та високоякісних товарів та послуг
Mitsubishi (Японія)	Корпоративна соціальна відповідальність Споживачі Інтеграція і чесність Розвиток	Ми прагнемо надавати максимальне задоволення і безпеку від водіння для наших шановних клієнтів і нашого суспільства
GlaxoSmithKline (Велика Британія)	Відкритість Повага до людей Споживачі Інтеграція	Поліпшувати якість людського життя, дозволяючи людям робити більше, почувати краще, жити довше
HSBC (Велика Британія)	Відповідальність Відкритість до різних ідей і різних культур Зв'язок зі споживачами, громадянами та суспільством	Ми даємо можливість підприємствам і економікам процвітати, допомагаючи людям здійснювати свої надії і мрії та реалізовувати свої здібності

Наведені приклади провідних компаній свідчать про те, що існують відмінності у базових цінностях і формулюванні місії, що є досить природним. Водночас, детальне вивчення базових корпоративних цінностей та місій указаних компаній надає можливість виокремити схожі риси базових корпоративних цінностей, а саме: споживачі, прагнення до розвитку і постійного вдосконалення, інноваційність і відкритість, зв'язок з суспільством і соціальна відповідальність. Але варто звернути увагу на те, що наявність указаних цінностей формується саме завдяки ефективній системній взаємодії крос-культурного менеджменту і управління персоналом, бо їхнім носієм завжди є конкретні особистості. Зрозуміло, що без системної (зауважимо – цілеспрямованої) роботи щодо урахування відмінностей національної ділової культури членів трудового колективу формування ефективного крос-культурного менеджменту як чинника впливу на успішну діяльність будь-якої організації практично унеможлиблюється.

Сучасний міжнародний менеджмент розглядає культуру як організаційний ресурс, а культурні відмінності як форму організаційного знання, спонукає до вирішення міжнаціональних культурних проблем.

Вести бізнес в умовах розмаїття культур та реалізовувати міжнародне співробітництво досить складно в частині крос-культурного менеджменту. Крос-культурний менеджмент як складова системи управління персоналом забезпечує навчання веденню міжнародного бізнесу в умовах культурних і мовних відмінностей. Отже, у системі управління персоналом культурні особливості тієї чи іншої нації стають одним із резервів розвитку організації, що об'єктивно викликає необхідність розглядати це коло проблем не тільки на прикладному, але і на теоретичному рівні.

Умовно можна виділити дві групи міжнаціональних культурних проблем. Перша, це труднощі працівників, які тривалий час перебувають за кордоном у відрядженнях, що працюють за кордоном за трудовими угодами та ін. До таких труднощів можуть належати мовні бар'єри, нерозуміння на рівні принципів і стандартів поведінки, проблеми адаптації до життя в іншій країні та ін.

Другий комплекс проблем пов'язаний зі стратегіями компаній, які відкривають філії в інших країнах (з іншою культурою) і не враховують ці національні особливості, що зрештою призводить до суттєвих економічних втрат.

Вперше впроваджуючи культурно синергетичне розв'язання проблеми в організації, керівники відділів і керуючі персоналом повинні розуміти, що управління змінами є досить важким і трудомістким процесом. Головна зміна – це перспектива, точка зору: керівники та менеджери з персоналу повинні вести організацію від локального до глобального бачення світу.

Оскільки організація звертається до більшої кількості проблем із синергетичної точки зору, збільшується складність й обсяг знань, необхідних для розв'язання майбутніх проблем. Отже, знання, набуте протягом вступних етапів, стає частиною усе більш й більш глобального бачення й міжкультурних знань.

Транснаціональні корпорації повинні управляти культурною розмаїтістю й всередині фірми, й між фірмою та її зовнішнім оточенням. Весь персонал – від головного керівника до рядового робітника – має потребу в міжкультурних навичках управління.

В сучасних умовах розвитку міжнародної співпраці, щоб досягти успіху, керівникам і менеджерам необхідно навчитися працювати ефективно в багатонаціональних й багатокультурних групах. Отже, це – систематичний процес руху організації від локальної до міжнародної перспективи.

Як зауважує Н. Тодорова, культурна розмаїтість має позитивний і негативний вплив. Розмаїтість збільшує потенційну продуктивність, одночасно збільшуючи складність процесу, що повинен відбутися для того, щоб група зрозуміла свій максимальний потенціал. Багатокультурні групи мають більше потенціалу для вищої продуктивності, ніж однорідні групи, але вони також ризикують більшими втратами через неправильні способи роботи.

Культурна розмаїтість стає джерелом проблем, коли організація повинна досягти єдиної згоди – формальної чи неформальної. Водночас ускладнюється і розробка загальних процедур та порядку дій. Розмаїтість – це перевага в переорієнтації організації, яка починає новий проєкт, що створює нову ідею, розвиває новий план маркетингу, планує нову дію чи оцінює тенденції з нової точки зору. Переваги та недоліки такої розмаїтості наведені в табл. 2.

Як показано в табл. 2, переваги включають збільшення творчого потенціалу, гнучкість і навички розв'язання проблем – особливо складних, що залучають велику кількість якісних чинників, більшу ефективність у роботі з культурно специфічними групами клієнтів і краще розуміння динаміки й моделей комунікації в межах організації. Культурну розмаїтість варто використовувати як ресурс, який забезпечує переваги, а не розглядати її як тягар для організації.

Багатокультурні групи повинні вчитися використовувати свою розмаїтість, коли вона збільшує продуктивність, і зводити її до мінімуму, коли вона зменшує продуктивність. Тому менеджери мають вчитися мінімізувати втрати через помилкову діяльність, причиною якої

стала культурна розмаїтість, дотримуючись рекомендацій, а саме: визнання розходжень, бачення чи суперважлива мета, рівна влада, взаємоповага, зворотний зв'язок.

Таблиця 2

Переваги та недоліки багатокультурної організації
(складено авторами за матеріалами [9, с.156])

Переваги		Недоліки	
Організаційні вигоди від розмаїтості культур		Організаційні витрати через розмаїтість культур	
Розширення значень	Ширший діапазон перспектив Більше й кращі ідеї Менше «групового мислення»	Розмаїтість збільшує	Двозначність Складність Безладдя
Розширення альтернатив	Збільшення творчого потенціалу Збільшення гнучкості Збільшення навичок розв'язання проблем	Труднощі в пошуку спільних значень	Помилкове спілкування Важко досягати єдиної угоди
		Труднощі в пошуку дій, що розуміються однаково	Важко домовлятися про певні дії
Вигоди в роботі зі специфічною країною чи культурою		Витрати в роботі зі специфічною країною чи культурою	
Краще розуміння	іноземних службовців Здатність працювати більш ефективно з конкретними іноземними клієнтами Здатність торгувати більш ефективно з певним іноземним клієнтом Краще розуміння політичного, соціального, юридичного, економічного і культурного навколишнього середовища інших країн	Зайве узагальнення	Організаційної політики Організаційних стратегій Організаційних методів Організаційних процедур

В табл. 3 наведено переваги та недоліки культурної розмаїтості робочої групи.

Якщо співробітники організації розглядають вплив культурної розмаїтості і як позитивний, і як негативний, як у випадку синергетичних організацій, то їхня стратегія полягає в тому, щоб управляти впливами культурної розмаїтості, а не самою розмаїтістю. Синергетичні організації мінімізують потенційні проблеми, управляючи впливами, а не мінімізуючи розмаїтість. Аналогічно вони максимізують потенційні переваги, управляючи впливами, замість того, щоб ігнорувати розмаїтість.

У своїй книзі «Управління культурною синергією» Р. Моран і Р. Харріс підкреслюють, що саме розходження народів світу може призвести до взаємного росту й досягнень, які куди більш вагоміші, ніж окремий внесок кожної сторони в міжкультурну взаємодію [22, р.16]. Вони пропонують вийти за рамки розуміння тільки власної культурної спадщини, щоб зробити щось більше шляхом кооперації й співробітництва. Культурна синергія будується на подібностях і породжує розходження, призводячи до більш

ефективних людських дій і систем. Власне саме розмаїтість людей може використовуватися для поліпшення розв'язання проблем шляхом об'єднаних дій. Ті, хто працюють в міжнародному менеджменті, мають унікальні можливості сприяти синергії на світовому рівні. Культурна синергія як підхід до управління впливом культурної розмаїтості, – це процес, у якому менеджери формують організаційну політику, стратегії, структури й методи, засновані на культурних зразках окремих співробітників організації й клієнтів, але не обмежені ними. Культурно синергетичні організації створюють нові форми управління й організації, які краще й ефективніше тих, що існують в індивідуальних культурах їхніх співробітників. Цей підхід визнає і подібність, і розходження серед націй, які становлять мультикультурну організацію, й пропонує, щоб не ігнорували, не мінімізували культурну розмаїтість, а навпаки, розглядали її як ресурс у створенні й розвитку організацій.

Таблиця 3

Переваги та недоліки культурної розмаїтості робочої групи
(складено авторами за матеріалами [9, с.168])

Переваги		Недоліки	
Більша творчість	Ширший діапазон перспектив Більше й кращі ідеї Менше «групового мислення»	Брак згуртованості	Недовіра Нижча міжособистісна привабливість Створення стереотипів Більше спілкування всередині культури
Посилене прагнення зрозуміти інших	ідеї значення аргументи	Взаємне незрозуміння	Більш повільна мова Менш точний переклад Акценти Більш непродуктивна поведінка Менше розбіжностей за змістом Напруженість
Групи можуть стати	визначенні проблеми, пошуку альтернатив, знаходженні рішення	Нездатність	визнавати ідеї й людей, погодитися, коли потрібно досягати консенсусу в рішеннях спільно діяти
	більш ефективними, більш продуктивними	Групи можуть стати	менш ефективними, менш результативними, менш продуктивними

Набір припущень, які відрізняються від найбільш загальноприйнятих припущень про міжкультурну взаємодію на робочому місці, формує основи культурного синергетичного підходу.

Синергетичні організації навчають своїх членів визнавати культурні розходження й використовувати ці розходження для створення переваг для своєї організації. Перші дві стратегії – ігнорування й зменшення культурних розходжень – відбуваються природно й тому досить звичайні. Тільки коли співробітники організації розуміють і культурну розмаїтість, і її потенційні позитивні впливи, існує ймовірність того, що організація вибере шлях управління розмаїтістю, а не її ігнорування чи зведення її до мінімуму. Культурна розмаїтість може потенційно мати як позитивний, так і негативний вплив на організацію. Підхід до розмаїтості, а не сама розмаїтість, визначає її фактичні позитивні й негативні результати.

Найчастіше система управління процесом формування й розвитку організаційної культури входить до завдань відділу управління персоналом і підпорядковується, відповідно, директорів з управління персоналом. Це пояснюється специфікою функцій-завдань організаційної культури, які пов'язані з функціями системи управління персоналом, і успішна їхня реалізація вимагає тісного співробітництва.

Управління організацією здійснюється людьми, причому як суб'єктом, так і об'єктом управління є персонал. Однак, на сьогодні в Україні дуже мало організацій, які мають

спеціальні служби, що займаються формуванням і впровадженням корпоративних цінностей. Водночас, багато організацій мають широке поле щодо формування корпоративних цінностей, тому керівництву українських підприємств ще необхідно усвідомити значимість крос- культурного менеджменту, яку все частіше називають нематеріальною основою розвитку й успіху будь-якої організації.

Актуальним для Одеської багатонаціональної області є питання щодо значущості крос-культурного менеджменту в системі управління персоналом, оскільки вже сьогодні досить чітко відзначаються тенденції зростання чисельності компаній з іноземним капіталом і визначеною кількістю працівників, що прибули з інших країн.

Результати соціологічного обстеження 12 провідних міжнародних компаній Одеського регіону за участю авторів свідчать про те, що їхні керівники (власники) уже набули певного досвіду в просуванні крос-культурного менеджменту (табл. 4).

Таблиця 4

Оцінка керівниками провідних міжнародних компаній Одеського регіону значущості крос-культурного менеджменту (розроблено авторами)

№ з/п	Оцінка значущість крос-культурного менеджменту	Питома вага, %
1.	Крос-культурний менеджмент повинен бути на підприємстві	40,2
2.	Намагаються сформувати крос-культурний менеджмент за допомогою західних технологій	34,4
3.	Відзначають необхідність крос-культурного менеджменту на підприємстві, але задля послідовної роботи щодо його формування та розвитку не вистачає фахівців та фінансових коштів	20,7
4.	Наявність крос-культурного менеджменту на підприємстві	4,7

За даними проведеного дослідження можна зробити висновок, що практично усіма керівниками усвідомлюється важливість і необхідність використання крос-культурного менеджменту в системі управління підприємством. Водночас, зауважимо, що лише 4,7% керівників указали на використання крос-культурного менеджменту на своєму підприємстві. При цьому реально намагаються вже зараз використовувати цей дієвий інструмент системи стратегічного управління майже 40% (34,4%+4,7%) керівників провідних міжнародних компаній Одеського регіону. Враховуючи сучасні тенденції розвитку економіки, збільшення притоку іноземних інвестицій в Україну можна дійти достатньо аргументованого висновку щодо позитивних тенденцій у відновленні темпів зростання суспільного виробництва. Відтак, постає нагальне завдання щодо переходу до сучасних ефективних інструментів стратегічного управління підприємствами. Визначальна роль керівників організацій у формуванні та розвитку крос-культурного менеджменту дозволяє зробити узагальнюючий висновок щодо нагальної необхідності проведення значної довготривалої роботи і докладання зусиль науковців і практиків щодо надбання дієвих знань і навичок в системі стратегічного управління організаціями.

Висновки і перспективи подальших розробок. Таким чином, викладене вище дозволяє сформулювати наступні висновки: підприємств Одеського регіону

1. Проблема крос-культурного менеджменту та управління персоналом потребує поглибленого системного вивчення з позицій співвідношення указаних понять та їхнього місця у системі стратегічного управління, що має стати підґрунтям задля більш чіткого усвідомлення низки дій у середньо- та довгостроковій перспективі щодо суттєвого підвищення ефективності організаційної діяльності в умовах невизначеності та швидких змін зовнішнього середовища.
2. Узагальнення думок науковців різних галузей щодо співвідношення понять організаційної культури, крос-культурного менеджменту і управління персоналом, що використовуються у науковому лексиконі більш за все, призвело до напрацювання авторського бачення системних взаємозв'язків указаних понять.

3. Оскільки стратегічною метою в організації роботи з персоналом повинне стати оволодіння механізмом управління трудовою (індивідуальною, психофізіологічною тощо) діяльністю людини у суворій відповідності до принципів ефективного використання її особистісного потенціалу і формування особистості, яка володіє колективною психологією, високою кваліфікацією, розвиненим почуттям співвласника організації та високою відповідальністю, головним методом (інструментом) реалізації такої системи є саме крос-культурний менеджмент, який одночасно має виступати і як одна із найважливіших складових усієї системи стратегічного управління підприємством.
4. Відсутність чіткого усвідомлення щодо необхідності задоволення нагальної потреби усіх рівнів суспільного виробництва у переході до стратегічного управління вимагає розробки масштабної програми дій щодо застосування сумісних напрацювань зарубіжних та вітчизняних науковців і практиків в Україні.

Подальші дослідження у цьому напрямку мають добру перспективу з огляду на ефективність досягнутих наукових та практичних результатів за умови об'єднання зусиль науковців різних галузей задля забезпечення системних і комплексних підходів до формування і реалізації стратегічного управління на всіх рівнях суспільного виробництва в Україні.

Література

1. IOM (2016). 20 years IOM in Ukraine: overview of activities. URL: <https://goo.gl/1ujMK0> (Accessed 15 March 2017).
2. Huntington S. The clash of civilizations and remaking of world order. New York: Simon and Schuster. 1996.
3. Бурак О. С. Крос-культурна комунікація як наслідок глобалізаційних крос-культурних контактів, 2012. URL: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Grani/2012_5/27.pdf (дата звернення: 17.01.2018).
4. Шейн Э. Г. Теория и практика менеджмента. Организационная культура. Организационное поведение / Пер. с англ. под ред. В. А. Спивака. СПб.: Питер, 2002. 336 с. ISBN 5-318-00573-X.2002.
5. Питерс Т., Уотерман Р. В поисках эффективного управления (опыт лучших компаний) / Пер. с англ. М.: Прогресс, 1986. 423 с.
6. Камерон К., Куин Р. Диагностика и измерение организационной культуры / Пер. с англ.; под ред. И. В. Андреевой. СПб.: Питер, 2001. 320 с.
7. Льюис Р. Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию / Пер. с англ. 2-е изд. М.: Дело, 2001. 448 с. URL: <http://www.far-east-chinese.narod.ru/ethnicpsychology/Ljuis/Ljuis.htm> (дата обращения: 22.01.2018).
8. Петрушенко Ю. Крос-культурні аспекти підвищення ефективності міжнародного бізнесу // Вісник Хмельницького національного університету. 2009. № 5. URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2009_5_1/pdf/146-148.pdf (дата звернення: 25.01.2018).
9. Тодорова Н. Крос-культурний менеджмент. Донецьк: ДонНТУ, 2008. 330 с.
10. Романуха О. Роль крос-культурних комунікацій у менеджменті організацій // Економіка і суспільство. 2017. Вип. 9. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/9_ukr/103.pdf (дата звернення: 17.01.2018).
11. Мешко Н., Буланкіна О. Культурний менеджмент у корпоративних стратегіях міжнародних компаній. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1274KPOC-H> (дата звернення: 20.01.2018).
12. Щетиніна В., Рудакова С., Кравець С. Сутність крос-культурної компетентності: від теорії до практики. URL: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Ei/2012_50/Buten.pdf (дата звернення: 21.12.2017).
13. Грішнова О. А. Взаємозв'язок цінностей людини й цінностей організації в корпоративній системі // Формування ринкової економіки: зб. наук. праць. Спец. вип.: у 3 т. Соціально-трудові відносини: теорія і практика. 2010. К.: КНЕУ. Т. 1. 468 с.

14. Колот А. М. Соціально-трудова сфера в умовах глобальних викликів: тенденції, проблеми, можливості стійкого розвитку // *Формування ринкової економіки: зб. наук. праць. Спец. вип.: у 3 т. Соціально-трудові відносини: теорія і практика*. 2010. К.: КНЕУ. Т. 1. 549 с.
15. Семикіна М. В. Феномен корпоративної культури в системі соціальних важелів якісного розвитку трудового потенціалу // *Управління економікою: теорія та практика. Другі Чумаченківські читання: зб. наук. праць; НАН України, Ін-т економіки пром.-сті; редкол.: О. І. Амоша, В. І. Ляшенко, Л. Г. Червова та ін. Донецьк, 2013. С. 343–353.*
16. Пасека С. Р. Корпоративна культура в системі факторів забезпечення конкурентоспроможності банків // *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи: зб. наук. праць*. 2006. № 18. С. 96–100.
17. Петрова І. Л. Зміни корпоративної культури як імператив організаційного розвитку // *Вісник Прикарпатського ун-ту. Серія «Економіка»*. 2014. Вип. 10. С. 76–79.
18. Воронкова А. Е., Баб'ян М. М., Коренев Е. Н., Мажура І. В. Корпорації: управління та культура: монографія / За заг. ред. А. Е. Воронкової. Дрогобич: Вимір, 2006. 376 с.
19. Никифорова В. Г., Кравченко В. О. Системоутворюючі взаємозв'язки організаційної культури і управління людськими ресурсами // *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2017. № 1 (62). С. 94–105.
20. Дороніна М. С. Управління економічними та соціальними процесами підприємства: монографія. Харків: вид. ХДЕУ, 2002. 432 с.
21. Ліфінцев Л. С. Роль організаційної культури в довгостроковому розвитку підприємства // *Стратегія економічного розвитку України*. 2014. № 35. С. 107–113.
22. Harris P. R., Moran R. T. *Managing cultural differences*. Houston: Gulf. Oxford University Press, 1978.

References

1. IOM (2016). 20 years IOM in Ukraine: overview of activities, available at: <https://goo.gl/1ujMK0> (Accessed 15 March 2017).
2. Huntington, S. (1996). *The clash of civilizations and remaking of world order*, New York, Simon and Schuster.
3. Burak, O. S. (2012). Cross-cultural communication as a result of globalized cross-cultural contacts [Kros-kulturna komunikatsiia yak naslidok hlobalizatsiinykh kros-kulturnykh kontaktiv], available at: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Grani/2012_5/27.pdf [in Ukrainian]
4. Schein, E. H. (2002). *Theory and practice of management. Organizational culture. Organizational behavior*. Trans. from Eng. V. A. Spivak [Teoriya i praktika menedzhmenta. Organizatsionnaya kultura. Organizatsionnoe povedenie; per. s angl. V. A. Spivaka], Piter, Sankt-Peterburg, 336 s. ISBN 5-318-00573-X.2002 [in Russian]
5. Peters, T., Waterman, R. (1986). *In search of excellence*. Trans. from Eng. [V poiskakh effektivnogo upravleniya (opyt luchshikh kompaniy); per. s angl.], Progress, Moskva, 423 s. [in Russian]
6. Cameron, K., Quinn, R. (2001). *Diagnosing and changing organizational culture*. Trans. from Eng. Ed. by I. V. Andreeva [Diagnostika i izmerenie organizatsionnoy kultury; per. s angl. pod red. I. V. Andreevoy], Piter, Sankt-Peterburg, 320 s. [in Russian]
7. Lewis, R. D. (2001). *Business cultures in the international business. From collision to mutual understanding*. Trans. from Eng. 2nd ed. [Delovye kultury v mezhdunarodnom biznese. Ot stolknoveniya k vzaimoponimaniyu; per. s angl.], Delo, Moskva, 448 s., available at: <http://www.far-east-chinese.narod.ru/ethnicpsychology/Ljuis/Ljuis.htm> [in Russian]
8. Petrushenko, Yu. (2009). Cross-cultural aspects of increasing the efficiency of international business [Kros-kulturni aspekty pidvyshchennia efektyvnosti mizhnarodnoho biznesu], *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, No. 5, available at: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2009_5_1/pdf/146-148.pdf [in Ukrainian]
9. Todorova, N. (2008). *Cross-cultural management [Kros-kulturnyi menedzhment]*, DonNTU, Donetsk, 330 s. [in Ukrainian]

10. Romanukha, O. (2017). The role of cross-cultural communication in the organizations management [Rol kros-kulturnykh komunikatsii u menedzhmenti orhanizatsii], *Економіка і суспільство*, Вип. 9, available at: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/9_ukr/103.pdf [in Ukrainian]
11. Meshko, N., Bulankina, O. Cultural management in corporate strategies of international companies [Kulturnyi menedzhment u korporatyvnykh stratehiakh mizhnarodnykh kompanii], available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1274KPOC-H> [in Ukrainian]
12. Shchetinina, V., Rudakova, S., Kravets, S. The essence of cross-cultural competence: from theory to practice [Sutnist kros-kulturnoi kompetentnosti: vid teorii do praktyky], available at: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Ei/2012_50/Buten.pdf [in Ukrainian]
13. Grishnova, O. A. (2010). The relationship of human values and organization values in the corporate system [Vzaimozv'язok tsinnosti liudyny i tsinnosti orhanizatsii v korporativnii systemi], *Formuvannia rynkovoi ekonomiky: spets. vyp. u 3 tomakh. Sotsialno-trudovi vidnosyny: teoriia i praktyka*, KNEU, Kyiv, vyp. 1, 468 s. [in Ukrainian]
14. Kolot, A. M. (2010). Social and labor sphere in terms of global challenges: trends, problems and opportunities for sustainable development [Sotsialno-trudova sfera v umovakh hlobalnykh vyklykiv: tendentsii, problemy, mozhlyvosti stiikoho rozvytku], *Formuvannia rynkovoi ekonomiky: spets. vyp. u 3 tomakh. Sotsialno-trudovi vidnosyny: teoriia i praktyka*, KNEU, Kyiv, vyp. 1, 549 p. [in Ukrainian]
15. Semykina, M. V. (2013). The phenomenon of corporate culture in the social leverage of high quality development of labor potential [Fenomen korporativnoi kultury v systemi sotsialnykh vazheliv yakisnogo rozvytku trudovoho potentsialu], *Upravlinnia ekonomikoju: teoriia ta praktyka. Druhi Chumachenkivski chytannia: zb. nauk. prats, NAN Ukrainy, Instytut ekonomiky promyslovosti; redkol.: O. I. Amosha, V. I. Liashenko, L. H. Chervova ta in., Donetsk, s. 343–353* [in Ukrainian]
16. Paseka, S. R. (2006). Corporate culture in the system of ensuring factors of banks competitiveness [Korporativna kultura v systemi faktoriv zabezpechennia konkurentospromozhnosti bankiv], *Problemy i perspektyvy rozvytku bankivskoi systemy*, No. 18, s. 96–100 [in Ukrainian]
17. Petrova, I. L. (2014). Changes in corporate culture as an imperative of organizational development [Zminy korporativnoi kultury yak imperativ orhanizatsiinoho rozvytku], *Visnyk Prykarpatskoho universytetu, Serii «Ekonomika»*, vyp. 10, s. 76–79 [in Ukrainian]
18. Voronkova, A. E., Bubiyana, M. M., Korenev, E. N., Mazhura, I. V. (2006). Corporations: management and culture: monograph. Ed. by A. E. Voronkova [Korporatsii: upravlinnia ta kultura: monohrafiia; za red. A. E. Voronkovo], *Vymir, Drohobych*, 376 s. [in Ukrainian]
19. Nikiforenko, V., Kravchenko, V. (2017). Systemically important relationships of organizational culture and human resource management. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Systemoutvoriuiuchi vzaimozv'язky orhanizatsiinoi kultury i upravlinnia liudskymy resursamy; za red.: M. I. Zveriyakova (gol. red.) ta in.], *Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen, Odeskyi natsionalnyi ekonomichnyi universytet, Odesa*, No. 1 (62), s. 94–105 [in Ukrainian]
20. Doronina, M. S. (2002). Management of economic and social processes of enterprise: monograph [Upravlinnia ekonomichnymy ta sotsialnymy protsesamy pidpriemstva: monohrafiia], *Vydavnytstvo Kharkivskoho derzhavnogo ekonomichnogo universytetu, Kharkiv*, 432 s. [in Ukrainian]
21. Lifintsev, L. S. (2014). Role of organizational culture in the long-term development of enterprise [Rol orhanizatsiinoi kultury v dovhostrokovomu rozvytku pidpriemstva], *Stratehiia ekonomichnogo rozvytku Ukrainy*, No. 35, s. 107–113 [in Ukrainian]
22. Harris, P. R., Moran, R. T. (1978). *Managing cultural differences*, Oxford University Press, Houston, Gulf.

УДК 658.51.011.47

Наталія Йосипівна РАДІОНОВА

кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і аудиту, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна, e-mail: radionova_n@ukr.net,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8855-2963>

**ВПЛИВ МЕХАНІЗМУ ВИРОБНИЧОГО ЛЕВЕРИДЖУ НА УПРАВЛІННЯ
ВИТРАТАМИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Радіонова, Н. Й. Вплив механізму виробничого левериджу на управління витратами промислового підприємства // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць (ISSN 2313-4569); за ред. М. І. Зверькова (голов. ред.) та ін. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2018. № 1 (65). С. 119–124.

Анотація. У статті обґрунтовано важливість практичної реалізації заходів щодо управління витратами через застосування механізму виробничого левериджу для вітчизняних підприємств. Представлено розрахунки впливу політики управління витратами і цінової політики на прибуток і запас фінансової міцності. Розглянуто вплив (ефект) виробничого важеля (левериджу). Проаналізовано функціональну залежність, що характеризує вплив структури витрат (частка в ній постійних і змінних витрат) та рентабельності виробництва на величину ефекту виробничого важеля. Запропоновано використання виробничого левериджу як гнучкого методу отримання необхідної інформації для прийняття оптимальних короткострокових рішень щодо управління витратами.

Ключові слова: виробничий леверидж; виробничий (операційний) важіль; промислове підприємство; управління витратами; постійні витрати; змінні витрати; маржинальний дохід.

Наталья Иосифовна РАДИОНОВА

кандидат экономических наук, доцент кафедры учета и аудита, Киевский национальный университет технологий и дизайна, Украина, e-mail: radionova_n@ukr.net,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8855-2963>

**ВЛИЯНИЕ МЕХАНИЗМА ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ЛЕВЕРИДЖА НА
УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Радионова, Н. И. Влияние механизма производственного левериджа на управление затратами промышленного предприятия // Вестник социально-экономических исследований: сб. науч. трудов; под ред. М. И. Зверькова (глав. ред.) и др. (ISSN 2313-4569). Одесса: Одесский национальный экономический университет. 2018. № 1 (65). С. 119–124.

Аннотация. В статье обоснована важность практической реализации мероприятий по управлению затратами путем применения механизма производственного левериджа для отечественных предприятий. Представлены расчеты влияния политики управления затратами и ценовой политики на прибыль и запас финансовой прочности. Рассмотрено влияние (эффект) производственного рычага (левериджа). Проанализирована функциональная зависимость, характеризующая влияние структуры затрат (доля в ней постоянных и переменных затрат) и рентабельности производства на величину эффекта производственного рычага. Предложено использование производственного левериджа как гибкого метода получения необходимой информации для принятия оптимальных краткосрочных решений по управлению затратами.

Ключевые слова: производственный леверидж; производственный (операционный) рычаг; промышленное предприятие; управление затратами; постоянные затраты; переменные затраты; маржинальный доход.

Natalia RADIONOVA

PhD in Economics, Associate Professor, Department of Accounting and Audit, Kyiv National University of Technology and Design, Ukraine, e-mail: radionova_n@ukr.net,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8855-2963>

**INFLUENCE OF PRODUCTION LEVERAGE MECHANISM ON COST
MANAGEMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISE**

Radionova, N. (2018). Influence of production leverage mechanism on cost management of industrial enterprise [Vplyv mekhanizmu vyrobnychoho leveridzhu na upravlinnia zatraty promyslovoho pidpriemstva; za red.: M. I. Zveriyakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; Visnik social'no-ekonomichnih doslidzen' (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 1 (65), pp. 119–124.

Abstract. The article substantiates the importance of practical implementation of cost management measures through the application of the mechanism of production leverage for domestic enterprises. The calculations of the influence of the cost management policy and price policy on profit and the reserves of financial strength are presented. The effect of the production lever (leverage) is considered. The functional dependence that characterizes the influence of the costs structure (the share of constant and variable costs in it) and the production profitability on the production leverage effect size is analyzed. The use of the production leverage as a flexible method for obtaining the necessary information for the making optimal short-term decisions on cost management is proposed.

Keywords: production leverage; production (operating) lever; industrial enterprise; cost management; constant costs; variable costs; margin revenue.

JEL classification: M110

Постановка проблеми у загальному вигляді. В умовах постійного збільшення конкуренції на вітчизняному ринку, а також кризових явищ в країні, процес управління витратами та пошук способів їх оптимізації є досить актуальним. Ефективне управління витратами повинно враховувати зміни критичного обсягу продажів під впливом зростання (зменшення) постійних і змінних витрат, а також динаміку цін на продукцію. Цьому може сприяти застосування механізму управління, який ґрунтується на оптимізації співвідношення постійних і змінних витрат.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Проблеми управління витратами підприємств розглядалися в працях науковців-економістів: Т. М. Адаменко [1], Н. С. Беляєвої [2], Є. І. Бойко [3], Ю. М. Великого [4], В. В. Прохорової [4], Н. В. Сабліної [4], С. Г. Вербовецької [5], П. В. Іванюти [6], О. П. Лугівської [6], В. Г. Настич [7]. Але, аналіз останніх публікацій свідчить про недостатність висвітлення проблем, пов'язаних, насамперед, із дослідженням значення виробничого левєриджу для управління витратами промислового підприємства, що зумовило вибір теми дослідження, його мету та свідчить про його актуальність.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Рішення щодо витрат приймаються на різних рівнях управління відповідно до місця виникнення витрат, організаційної структури виробництва і загальної стратегії розвитку підприємства. Ефективність управління витратами переважно визначається адекватністю його організаційного забезпечення. Традиційна для українських підприємств організація управління за ієрархічно-функціональним принципом передбачає орієнтацію підрозділів переважно на виконання виробничих функцій, а не на досягнення фінансово-економічних цілей, які стоять перед підприємством. Тому, застосування вітчизняними підприємствами механізму виробничого левєриджу сприятиме більш ефективному управлінню витратами, а отже і прибутковості підприємства.

Постановка завдання. Мета статті полягає в обґрунтуванні основних концептуальних положень щодо дослідження впливу механізму виробничого левєриджу на управління витратами промислового підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Динамічність ринку вимагає постійного регулювання цін з метою максимізації прибутку. Підприємства проводять політику гнучких цін, широко використовуючи систему знижок і надбавок до базисної ціни (залежно від політики конкурентів, умов поставки, розміру партії тощо).

Практична реалізація заходів щодо управління витратами створює додатковий резерв зниження цін, дозволяє забезпечувати більш гнучку цінову політику.

Виробничий левєридж (англ. leverage – важіль) – це механізм управління прибутком підприємства, який ґрунтується на оптимізації співвідношення постійних і змінних витрат [6].

Розглянемо умовний приклад.

Реалізація заходів щодо економії витрат дозволила підприємству забезпечити прибуток у розмірі 5000 тис. грн. і підвищити рентабельність продажів до 20%. При цьому обсяг продажів при сформованій кон'юнктурі товарного ринку склав 500 шт. за ціною 46 тис. грн./шт.

Маркетингові дослідження дозволили зробити висновок про те, що в результаті зміни кон'юнктури ринку в плановому періоді обсяг продажів може істотно знизитися – до 320 шт.

Висока рентабельність продажів дозволяє підприємству знизити ціни при збереженні рентабельної роботи. Еластичність попиту за ціною дорівнює 3,5.

Результати розрахунку по 4-ох варіантах представлені в табл. 1:

I варіант – базовий;

II варіант – збереження рівня цін, постійних затрат і питомих змінних затрат на рівні базового варіанту при зниженні продажів до 320 шт.;

III варіант – зниження цін до 40 тис. грн./шт. і збереження рівня постійних затрат і питомих змінних затрат на рівні базового варіанту при зниженні продажів до 320 шт.;

IV варіант – зниження цін до 40 тис. грн./шт. і збереження рівня питомих змінних затрат на рівні базового варіанту, зменшення постійних затрат на 2200 тис. грн. при зниженні продажів до 320 шт.

Таблиця 1

Варіантні розрахунки впливу політики управління витратами і цінової політики на прибуток і запас фінансової міцності (розроблено автором за даними [6])

Показники	Одиниця виміру	I вар.	II вар.	III вар.	IV вар.
1. Обсяг продажів	шт.	500	320	466	490
2. Ціна	тис. грн/шт.	46	46	40	40
3. Виручка	тис. грн.	23000	14720	18649	19600
4. Змінні витрати на одиницю продукції	тис. грн/шт.	20	20	20	20
5. Загальна сума змінних затрат	тис. грн.	10000	6400	9320	9800
6. Маржинальний прибуток на одиницю продукції	тис. грн/шт.	26	26	20	20
7. Постійні витрати	тис. грн.	8000	8000	8000	5800
8. Загальна сума витрат	тис. грн.	18000	1440	17320	15600
9. Прибуток	тис. грн.	5000	320	1320	4000
10. Точка беззбитковості	шт. тис. грн.	308 14168	308 14168	400 16000	290 11600
11. Запас фінансової міцності	%	39	4	14	41
12. Рентабельність продажів	%	22	2	7	20

У базовому періоді ефективне управління витратами дозволило підприємству при погіршенні кон'юнктури ринку знизити ціни і забезпечити прийнятний запас фінансової

міцності (14%) і рентабельність (7%). При реалізації підприємством додаткових заходів щодо зниження постійних затрат (IV варіант) підприємство може зберегти названі показники на рівні базового періоду.

Необхідно відзначити, що зниження цін часто є єдиним способом розширення ринку збуту продукції і забезпечення рентабельної роботи підприємства. Це можливо до певної межі зниження ціни, поки негативний вплив такого зниження не перевищить ефект від збільшення обсягу продажів. Інструментарій аналізу беззбитковості дозволяє також визначити так званий ефект виробничого важеля, що розраховується для кількісної оцінки ступеня реагування прибутку на зростання масштабів виробництва і визначення можливості та доцільності нарощування виручки і прибутку [5].

Наявність постійних витрат у складі загальних витрат призводить до того, що зі збільшенням обсягу реалізації питома величина названих витрат у розрахунку на одиницю продукції зменшується і, відповідно, збільшується прибуток, як в розрахунку на одиницю продукції (при постійній ціні), так і в розрахунку на весь обсяг реалізації. При цьому, чим вище частка постійних витрат, тим більший приріст прибутку можна досягти за рахунок збільшення обсягу продажів.

Ця закономірність демонструє так званий ефект виробничого важеля, або ефект масштабу, сила впливу якого залежить від структури витрат (частки в них постійних витрат).

Але, не варто робити безумовний висновок про те, що висока частка постійних витрат має тільки позитивний ефект. Це вірно лише за наявності надійної довгострокової перспективи підвищення попиту на продукцію підприємства [4]. Висока частка постійних витрат може дати і значний негативний ефект зі зменшенням обсягу виробництва і продажів, так як в цьому випадку постійні витрати на одиницю реалізованого товару істотно зростають, відповідно, прибуток (на одиницю обсягу продажу і в цілому) зменшується. Подібна ситуація цілком реальна при погіршенні кон'юнктури ринку збуту продукції промислового підприємства [1].

У зв'язку з цим підприємство з відносно високим рівнем ефекту виробничого важеля характеризується і більш високим виробничим ризиком, тобто ризикує не покрити виробничі витрати за рахунок виручки.

Таким чином, будь-яка зміна виручки від реалізації породжує ще більш значну зміну прибутку. Аналізуючи діяльність підприємства, можна встановити, наскільки ефективно воно вирішує завдання максимізації темпів приросту прибутку шляхом управління структурою витрат, визначаючи раціональні межі росту (зміни) як змінних, так і постійних затрат, забезпечуючи прийнятну економію перш за все постійних, в тому числі управлінських витрат [2].

У практичних розрахунках вплив (ефект) виробничого важеля (Е) розраховується за формулою [3]:

$$E = (B - B_{зм}) / P_p = MD / P_p \quad (1)$$

На величину ефекту виробничого важеля значний вплив спричиняє структура витрат (частка в ній постійних і змінних витрат), а також рентабельність виробництва.

Функціональна залежність, що характеризує вплив названих чинників на величину ефекту виробничого важеля, може бути представлена в наступному вигляді [3]:

$$E = (1 - v) / p \quad (2)$$

Формула (2) пояснює відмінності величини ефекту виробничого важеля (левериджу) не тільки на підприємствах, які мають різну структуру затрат і виручки (просторовий аспект аналізу), але і для одного підприємства при зміні його обсягу продажів і витрат (динамічний аспект аналізу) [7].

У формуванні величини ефекту виробничого важеля спостерігається наступна закономірність: чим менше частка постійних витрат і, відповідно, більше частка змінних витрат у витратах виробництва і чим вище рентабельність виробництва, тим нижче ефект виробничого важеля. І, навпаки, для підприємств, що мають високу частку постійних витрат і низьку рентабельність виробництва, ефект виробничого важеля може бути значним.

Ефект виробничого важеля є мультиплікатором, який показує, у скільки разів приріст прибутку ($T_{\text{пр}}$, %) більше приросту обсягу продажів ($T_{\text{в}}$, %). Знаючи темп приросту (зменшення) виручки і величину мультиплікатора, можна визначити відповідний темп приросту (зменшення) прибутку [6]:

$$T_{\text{пр}} = T_{\text{в}} \times E \quad (3)$$

Сила впливу виробничого важеля на підприємстві завжди повинна розглядається для певного обсягу продажів, тому що при його збільшенні ефект виробничого важеля убуває.

Зазначену закономірність можна проілюструвати наступним виразом [6]:

$$E = (B - B_{\text{зм}}) / P_p = MD / P_p = (B_{\text{пост}} + P_p) / P_p = B_{\text{пост}} / P_p + 1 \quad (4)$$

Таким чином, зі зростанням обсягу виробництва і виручки від реалізації збільшується прибуток, відповідно, зменшується дріб $B_{\text{пост}}/P_p$ у формулі (4), що й обумовлює зниження величини ефекту виробничого важеля.

При стрибкоподібному зростанні постійних витрат, що зазвичай передбачає зростання виручки, підприємству доводиться проходити новий поріг рентабельності (точку беззбитковості) і ефект виробничого важеля (левериджу) зростає. Потім, зі зростанням обсягу продажів, сила впливу операційного левериджу знову знижується.

Таким чином, на невеликій відстані від порога рентабельності ефект виробничого левериджу максимальний, а зі зростанням масштабу виробництва та запасу фінансової міцності він зменшується до нового стрибка постійних витрат.

Взагалі, користуючись оцінкою ефекту виробничого левериджу, можна оперативно визначати величину прибутку і рентабельності виробництва виходячи з інформації про темпи зростання (або зменшення) виручки від реалізації продукції (робіт, послуг). Цей же метод дозволяє вирішувати і зворотню задачу – визначати обсяги реалізації, які необхідні для отримання заданого прибутку. При цьому завдання менеджера – визначити способи нарощування виручки, включаючи можливості цінового регулювання.

В цілому використання запропонованого механізму є гнучким методом отримання належної інформації для прийняття оптимальних короткострокових рішень в ланцюжку формування прибутку: обсяг виробництва – ціна – обсяг продажів – витрати – прибуток від реалізації продукції.

Висновки і перспективи подальших розробок. Застосування виробничого левериджу дозволяє вирішувати такі управлінські завдання:

- 1) дати кількісну оцінку реакції критичного обсягу продажів, запасу фінансової міцності, прибутку на зміну структури витрат, рівня постійних, змінних витрат та їх сукупності;
- 2) виходячи з тактичних і стратегічних завдань підприємства і умов його функціонування виділити цільові індикатори, а також варійовані показники і задати параметри моделей в межах методів операційного аналізу;
- 3) визначити допустимі (необхідні) межі зміни варійованих показників, що забезпечують досягнення цільових індикаторів при заданому рівні інших параметрів;
- 4) обґрунтовувати ціни, в тому числі, для забезпечення підвищення конкурентоспроможності продукції за рахунок зниження витрат і формування, на цій основі, ефективної цінової політики.

В цілому, практична значимість запропонованих методичних положень щодо застосування механізму виробничого левериджу для управління витратами промислового підприємства, досить велика, оскільки це дозволить швидко і надійно аналізувати і

планувати витрати в ув'язці з іншими найважливішими економічними показниками, а також порівнювати різні варіанти зміни прибутку і рентабельності в результаті зміни обсягу реалізації, ціни, структури витрат, оцінювати можливість нарощування прибутку. Однак зазначений підхід не завжди доцільно використовувати у «чистому вигляді», оскільки вітчизняні реалії потребують нестандартних підходів і паралельного застосування оптимальних на певний момент часу управлінських інструментів. Тому подальші наукові дослідження повинні бути спрямовані на використання методів економіко-математичного моделювання у процесі вибору оптимальних методів управління витратами.

Література

1. Адаменко Т. М. Особливості стратегічного управління затратами підприємства // *Економіка. Менеджмент. Підприємництво*. 2011. № 23(II). С.100–106.
2. Беляєва Н. С. Зниження витрат як елемент стратегії розвитку підприємства // *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну*. 2011. № 5. С. 150–156.
3. Бойко Є. І. Удосконалення системи управління витратами на підприємствах // *Науковий вісник НЛТУ України*. 2008. № 18.6. С. 139–143.
4. Великий Ю. М., Прохорова В. В., Сабліна Н. В. *Управління витратами підприємства: монографія*. Харків: ІНЖЕК, 2009. 192 с.
5. Вербовета С. Г. Формування центрів відповідальності в системі бюджетування підприємства // *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2011. № 3. Т. 3. С. 46–49.
6. Іванюта П. В., Лугівська О. П. *Управління ресурсами та витратами: навч. посіб.* / За ред. С. М. Іванюти. К.: Центр навчальної літератури, 2009. 320 с.
7. Настич В. Г. Зниження собівартості продукції як чинник підвищення стабільності підприємства // *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2014. № 2. С. 87–91. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/vbumb_2014_2_20.pdf (дата звернення: 12.01.2018).

References

1. Adamenko, T. M. (2011). Characteristics of strategic cost management of an enterprise [Osoblyvosti stratehichnoho upravlinnia zatratamy pidpryiemstva], *Ekonomika. Menedzhment. Pidpryemnytstvo*, No. 23(II), s. 100–106 [in Ukrainian]
2. Beliaieva, N. S. (2011). Reducing costs as an element of enterprise development strategy [Znyzhennia vytrat yak element stratehii rozvytku pidpryiemstva], *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu tekhnolohiy ta dyzainu*, No. 5, s. 150–156 [in Ukrainian]
3. Boiko, Ye. I. (2008). Improvement of cost management systems at enterprises [Udoskonalennia systemy upravlinnia vytratamy na pidpryiemstvakh], *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*, No. 18.6, s. 139–143 [in Ukrainian]
4. Velykyi, Yu. M., Prokhorova, V. V., Sablina, N. V. (2009). Management of enterprise costs: monograph [Upravlinnia vytratamy pidpryiemstva: monohrafiia], *INZhEK*, Kharkiv, 192 s. [in Ukrainian]
5. Verbovetska, S. H. (2011). Formation of responsibility centers at the enterprise budgeting system [Formuvannia tsentriv vidpovidalnosti v systemi biudzhetuвання pidpryiemstva], *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, No. 3, vol. 3, s. 46–49 [in Ukrainian]
6. Ivaniuta, P. V., Luhivska, O. P. (2009). Resource and cost management. Ed. by S. M. Ivaniuta [Upravlinnia resursamy ta vytratamy; za red. S. M. Ivaniuty], *Tsentr navchalnoi literatury*, Kyiv, 320 s. [in Ukrainian]
7. Nastych, V. H. (2014). Reducing of the production cost as a factor in increasing the stability of the enterprise [Znyzhennia sobivartosti produktsii yak chynnyk pidvyschennia stabilnosti pidpryiemstva], *Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu*, No. 2, s. 87–91, available at: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/vbumb_2014_2_20.pdf [in Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 02.02.2018.

УДК 337.43:633.85

Діна Миколаївна ТОКАРЧУК

кандидат економічних наук, доцент кафедри адміністративного менеджменту та альтернативних джерел енергії, Вінницький національний аграрний університет, Україна, e-mail: tokarchyk_dina@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6341-4452>

**УПРАВЛІНСЬКІ ЗАХОДИ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ
ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА РІПАКУ**

Токарчук, Д. М. Управлінські заходи щодо підвищення ефективності виробництва ріпаку // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць (ISSN 2313-4569); за ред. М. І. Зверькова (гол. ред.) та ін. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2018. № 1 (65). С. 125–133.

Анотація. У статті розглянуто тенденції щодо ефективності виробництва ріпаку в Україні на основі аналізу урожайності та порівняння її рівня із загальноєвропейським, а також прибутковості та рентабельності культури. Визначено роль менеджменту в забезпеченні ефективності виробництва ріпаку. Запропоновано управлінські заходи щодо: вдосконалення системи управління ефективністю на підприємстві; покращення управління ресурсами при виробництві ріпаку; вдосконалення управління розвитком виробництва культури; поліпшення управління реалізацією продукції ріпаківництва; управління охороною навколишнього середовища. Обґрунтовано необхідність залучення кваліфікованих менеджерів до управління ефективністю, розробки бізнес-планів з виробництва ріпаку, роботи зі спеціалізованим програмним забезпеченням щодо прогнозування у галузі ріпаківництва.

Ключові слова: менеджмент; ріпак; ефективність; рентабельність; бізнес-план; ресурси.

Дина Николаевна ТОКАРЧУК

кандидат экономических наук, доцент кафедры административного менеджмента и альтернативных источников энергии, Винницкий национальный аграрный университет, Украина, e-mail: tokarchyk_dina@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6341-4452>

**УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ МЕРЫ ПО ПОВЫШЕНИЮ
ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА РАПСА**

Токарчук, Д. Н. Управленческие меры по повышению эффективности производства рапса // Вестник социально-экономических исследований: сб. науч. трудов (ISSN 2313-4569); под ред. М. И. Зверькова (глав. ред.) и др. Одесса: Одесский национальный экономический университет. 2018. № 1 (65). С. 125–133.

Аннотация. В статье рассмотрены тенденции относительно эффективности производства рапса в Украине на основе анализа урожайности и сравнения её уровня со среднеевропейским, а также прибыльности и рентабельности культуры. Определена роль менеджмента в обеспечении эффективности производства рапса. Предложены управленческие меры по: совершенствованию системы управления эффективностью предприятия; улучшению управления ресурсами при производстве рапса; совершенствованию управления развитием производства культуры; улучшению управления реализацией продукции рапсoproизводства, управлению охраной окружающей среды. Обоснована необходимость привлечения квалифицированных менеджеров к управлению эффективностью, разработке бизнес-планов по производству рапса, работы со специализированным программным обеспечением по прогнозированию в области рапсoproизводства.

Ключевые слова: менеджмент; рапс; эффективность; рентабельность; бизнес-план; ресурсы.

Dina TOKARCHUK

PhD in Economics, Associate Professor, Department of Administrative Management and Alternative Energy Sources, Vinnytsia National Agrarian University, Ukraine, e-mail: tokarchyk_dina@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6341-4452>

**MANAGEMENT MEASURES TO IMPROVE THE EFFICIENCY
OF THE RAPESEED PRODUCTION**

Tokarchuk, D. (2018). Management measures to improve the efficiency of the rapeseed production. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Upravlinski zakhody shchodo pidvyshchennia efektyvnosti vyrobnytstva ripaku; za red.: M. I. Zveriyakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; Visnyk sotsial'no-ekonomichnykh doslidzhen' (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 1 (65), pp. 125–133.

Abstract. The article considers current trends of efficiency of rapeseed production in Ukraine based on the yields analysis and its comparison with the average level in Europe, as well as its profitability and cost-effectiveness. The role of management in providing of rapeseed production efficiency is determined. Management measures are proposed in order to improve: the management system of enterprise efficiency, the resource management in rapeseed production, management of crop production development, sales management of rapeseed, management of environmental protection. The necessity of attracting qualified managers to performance management, development of business plans for rapeseed production, work with specialized software for forecasting the rapeseed production is substantiated.

Keywords: management; rapeseed; efficiency; profitability; business plan; resources.

JEL classification: Q160

Постановка проблеми у загальному вигляді. Необхідність вдосконалення управління результативністю діяльності підприємства загалом та окремих галузей зокрема, обумовлена його важливою роллю у забезпеченні прогресивного розвитку підприємства. Найбільш зацікавленими у підвищенні ефективності роботи підприємств є його власники, оскільки від цього напряму залежить їх добробут. Зростання прибутковості забезпечить і збільшення винагороди для менеджменту, інших працівників підприємства і загалом – задоволення суспільних потреб. Від побудови системи менеджменту, кваліфікації управлінців, забезпечення їх необхідною інформацією для прийняття рішень залежить якість управління ефективністю діяльності підприємства. Це стосується як підприємств, так і окремих галузей. На сьогоднішньому етапі розвиток виробництва ріпаку на сільськогосподарських підприємствах України потребує залучення фахівців з менеджменту, які забезпечать реалізацію потенціалу культури, прибутковості її виробництва і реалізації.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Важливість ріпаку як перспективної культури для використання в енергетичних та продовольчих цілях підтверджена численними дослідженнями щодо ефективності його виробництва. Серед науковців, які досліджували економічні й технологічні аспекти виробництва енергетичних культур загалом, та ріпаку зокрема, варто назвати О. Гелету [1], Г. Калетніка [2], О. Климчука [3], М. Кирпу [4], С. Концебу [5], І. Маркова [6] та ін. Економічним аналізом виробництва ріпаку займалися такі зарубіжні науковці як М. Takalić, S. Blažičević [7], A. Dobebe, I. Pilvere [8], економічна оцінка різних технологій виробництва ріпаку знайшла відображення в роботах Т. Dobek [9], а науковцями Е. Booth, J. Booth, Р. Cook, В. Ferguson і К. Walker [10] проводилися дослідження ефективності використання культури як сировини для виробництва біодизелю.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Варто зазначити, що наукові дослідження щодо ефективності виробництва ріпаку здійснюються переважно на макрорівні, недостатньо вивченим залишається механізм забезпечення ефективної роботи вітчизняних підприємств, що займаються вирощуванням цієї культури, з точки зору менеджменту. Потребують подальшого дослідження питання, пов'язані з управлінськими аспектами забезпечення ефективності виробництва ріпаку з огляду на його важливу роль як енергетичної культури.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження і обґрунтування напрямів вдосконалення управління ефективністю виробництва ріпаку з метою підвищення рентабельності галузі і збільшення прибутковості підприємств, що займаються вирощуванням цієї культури.

Виклад основного матеріалу дослідження. Галузь ріпаківництва розвивається в Україні швидкими темпами. Вирощування озимого ріпаку переважає над ярим. За даними Держкомстату, посівні площі під озимим ріпаком під урожай 2017 року склали 899 тис. га [7]. Порівняно з 2016 роком, приріст площ склав 244 тис. га або 37%, чого не спостерігалось з 2013 року. Головною причиною зростання площ посіву стало підвищення ціни на ріпак через

неврожай 2016 року, що зробило галузь прибутковою і стимулювало виробників збільшити обсяги вирощування культури.

Урожайність ріпаку в Україні варіює по роках і залишається нижчою, ніж в європейських країнах. Це пов'язано з використанням неякісного насіннєвого матеріалу, недотриманням агротехнологічних строків збирання культури, недостатнім внесенням добрив, відсутністю спеціалізованої техніки для збирання, що призводить до значних втрат урожаю, та іншими порушеннями в технології вирощування і збирання. У 2017 році середня урожайність ріпаку в країнах ЄС становила 32,5 ц з 1 га, тоді як в Україні – 27,9 ц з 1 га, і це з урахуванням того, що така врожайність для нашої країни була рекордною. У попередні роки різниця в урожайності була ще більшою і доходила до 10–12 ц з 1 га. Порівняння України з країнами ЄС загалом щодо урожайності ріпаку є не зовсім коректним, оскільки європейські країни варіюють щодо природно-кліматичних умов і частина з них за об'єктивних причин має нижчу потенційну урожайність культури, ніж в середньому по Європі. Українським виробникам варто орієнтуватися на провідні європейські країни-виробники ріпаку, такі як Бельгія, Франція, Польща, де урожайність сягає 45–50 ц з 1 га.

У 2017 році ріпак був найприбутковішою культурою в Україні (рис. 1) і приніс виробникам 8,38 тис. грн. прибутку з 1 га, що пов'язано з його високою врожайністю в цьому році та високою ціною на зовнішніх ринках, оскільки ця культура орієнтована на експорт.

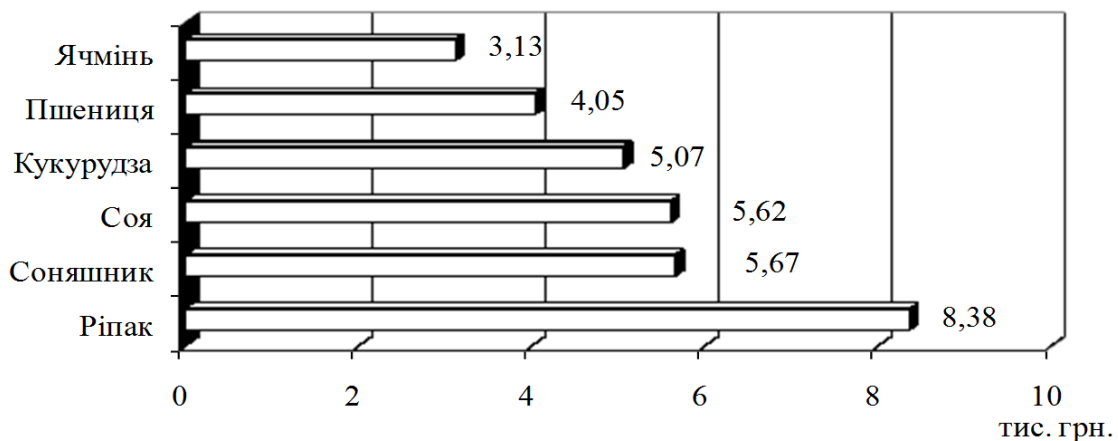


Рис. 1. Прибуток від виробництва основних культур в Україні в 2017 році, тис. грн./га [11]

Загалом ефективність галузі ріпаківництва в нашій країні є нестабільною, зокрема, рівень рентабельності варіював від 8,6% у 2013 році до 46,3% у 2017 році (рис. 2). За прогнозами Українського клубу аграрного бізнесу, з вступом в дію поправок до Податкового кодексу України, рентабельність виробництва ріпаку має суттєво скоротиться і у 2020 році складатиме 16%, що майже втричі менше показника 2017 року [12].

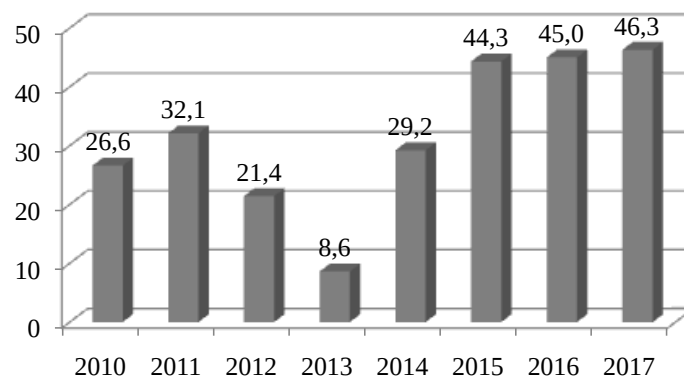


Рис. 2. Рентабельність виробництва ріпаку в Україні, % [11]

На ефективність виробництва ріпаку сільськогосподарськими підприємствами впливають як макроекономічні фактори: урожайність, зміни світових цін, обсяги переробки в межах країни тощо, так і фактори внутрішнього середовища: технологія вирощування, канали реалізації, управління ефективністю. Якщо фактори зовнішнього середовища підприємства контролювати не можуть, то фактори внутрішнього середовища знаходяться в залежності від рівня кваліфікації менеджменту підприємств, а також навичок та вмій в управлінні ефективністю.

До основних етапів здійснення управління ефективністю виробництва ріпаку в умовах аграрних підприємств віднесемо наступні:

- 1) аналіз роботи галузі, що передбачає розробку загальних показників ефективності та встановлення цілей для їх покращення;
- 2) визначення фактичної ефективності ріпаківництва та її порівняння з визначеними для підприємства цілями для виявлення резервів зростання;
- 3) провадження управлінських дій щодо підвищення ефективності роботи за виявленими резервами з метою встановлення відповідності фактичних показників заданим параметрам;
- 4) моніторинг ефективності, що передбачає контроль виконання рішень і збір інформації, необхідної для подальшого виміру результативності галузі ріпаківництва; забезпечення зворотнього зв'язку.

Для вдосконалення менеджменту ефективності виробництва ріпаку на підприємствах подано заходи управлінського та організаційно-економічного характеру (рис. 3).

Першочерговим завданням для розвитку галузі ріпаківництва є вдосконалення загальної системи управління ефективністю на підприємстві. У рамках цього напряму необхідним є залучення працівників відповідної кваліфікації і досвіду до виконання функцій управління. Процедура відбору управлінських працівників передбачає пошук найкращих кандидатів, тих, що будуть якнайповніше відповідати потребам організації. Крім рівня теоретичної підготовки, який відображений у відповідних документах про освіту, важливо також враховувати інші критерії, серед яких одним з основних є стаж роботи на певному підприємстві або в галузі ріпаківництва. Ріпак – порівняно нова культура для нашої держави, яка є досить специфічною щодо виробництва і реалізації. Важливим є залучення кваліфікованих спеціалістів, які забезпечать високу врожайність культури та ефективний збут.

Перспективним напрямом управлінської діяльності щодо підвищення ефективності галузі є розробка бізнес-планів з виробництва ріпаку, що дозволить прогнозувати основні виробничі, фінансові та маркетингові сторони. Основною метою складання бізнес-плану є аналіз, контроль та оцінка успішності діяльності в процесі реалізації стратегічних завдань розвитку галузі ріпаківництва, вчасна діагностика та виявлення відхилень від плану та коригування напрямків розвитку діяльності з урахуванням поточних умов функціонування на ринку.

Бізнес-план дасть можливість отримати конкурентні переваги, оскільки попередньо буде вивчено ринок, конкурентів, потреби споживачів, а також визначено канали реалізації та методи просування продукції на ринок тощо. Важливим є формування бізнес-плану з виробництва ріпаку спільними зусиллями керівника та фахівців, які працюють на підприємстві. Так, завдання маркетолога – розробити розділ «План маркетингу», головного агронома – «План виробництва», бухгалтера – «Фінансовий план», менеджера – «Організаційний план», а керівник повинен узгоджувати і контролювати їх роботу.

Покращення управління ресурсами є важливим напрямом зростання ефективності виробництва і має забезпечуватися узгодженими діями керівництва. Реальна оцінка забезпеченості ресурсами виробництва та переробки насіння ріпаку дає можливість розробити стратегічні напрями сталого розвитку галузі й визначити на майбутнє основні напрями її оптимального ресурсного забезпечення для ефективного функціонування підкомплексу та реалізації його ринкового потенціалу [5]. Для досягнення цих цілей

необхідно підвищувати ефективність використання усіх ресурсів: матеріальних, трудових, фінансових тощо.



Рис. 3. Управлінські заходи підвищення ефективності виробництва ріпаку (розроблено автором)

До матеріальних ресурсів, що використовуються при вирощуванні ріпаку, належать: насіння, добрива, паливно-мастильні матеріали, технічні засоби тощо. Якісне насіння – це запорука високої врожайності, тому підприємствам необхідно віддавати перевагу елітному насінню безерукових і низькоглюкозинолатних «00» сортів і гібридів ріпаку. Ефективне вирощування культури вимагає внесення відповідних добрив, вартість яких є досить вагомою статтею у структурі собівартості готової продукції. Проте, дохід від реалізації додаткового врожаю культури, отриманого завдяки цим добривам, перевищує ці витрати.

Управління технічним забезпеченням передбачає вибір оптимальної техніки при вирощуванні культури. Особливістю насіння ріпаку є його малі розміри, що ускладнює збір врожаю неспеціалізованою технікою, оскільки призводить до значних втрат урожаю. Оптимальним варіантом для підприємств є закупівля відповідної техніки, зокрема, спеціальних ріпаківних приставок, які встановлюють на жниварки. Високу ефективність збирального процесу демонструють комбайни фірми Massey Ferguson, обладнані

спеціальними ріпаковими жатками-столами. Вітчизняні комбайни оснащують спеціальним пристроєм ПКС-5 для збирання дрібнонасінневих культур [4]. Завданням керівництва є вибір шляхів забезпечення підприємства вітчизняною чи зарубіжною технікою: купівля, лізинг, оренда тощо.

На жаль, на сьогодні спостерігається низька техніко-технологічна оснащеність виробництва ріпаку, недотримання норм застосування мінеральних та органічних добрив, засобів захисту рослин. Причинами цього є нестача фінансових ресурсів у переважній більшості українських сільськогосподарських товаровиробників, а також складність отримання кредитів та високі процентні ставки за ними. Завданням менеджменту є вдосконалення управління фінансовими ресурсами при виробництві ріпаку, що передбачає пошук альтернативних джерел фінансування, наприклад, через складання бізнес-планів і залучення інвестиційних коштів.

Ефективне управління трудовими ресурсами полягає у підвищенні зацікавленості працівників у результатах своєї праці. Насправді, саме працівники мають найбільший інтерес у зростанні прибутковості галузі, в якій вони працюють, адже за ефективної роботи підприємства зростає можливість підвищення заробітної плати, отримання премій, надбавок, досягається поліпшення умов праці, тощо. Розробка ефективних схем стимулювання працівників дасть позитивний ефект у зростанні продуктивності праці в галузі ріпаківництва.

Вдосконалення управління розвитком виробництва ріпаку передбачає застосування інтенсивної технології виробництва культури.

Інтенсивна технологія вирощування як озимого, так і ярого ріпаку базується на комплексному і раціональному використанні ґрунтово-кліматичних, біологічних, технічних, матеріальних і грошових ресурсів для максимально можливого задоволення потреб рослин в основних факторах життя з метою отримання високого і стабільного врожаю. Вона органічно поєднує три основні напрями господарської діяльності: технологічний, технічний і розрахунково-економічний [6]. Ця технологія потребує більших капіталовкладень, але й забезпечить збільшення валових зборів і надходження додаткового прибутку від реалізації продукції. Так, інтенсивна технологія вирощування озимого ріпаку порівняно з мінімальною, дозволяє збільшити урожайність з 15 ц з 1 га до 50 ц з 1 га, а рентабельність – з 16,0% до 107,0% [13].

Управління виробництвом ріпаку з використанням сучасної комп'ютерної техніки передбачає використання новітніх програм для прогнозування урожайності, валових зборів та інших показників, що дає позитивний економічний ефект. У розвинених країнах світу (США, Канаді, Австралії, країнах ЄС) для інформаційного забезпечення сільськогосподарського менеджменту всіх рівнів широко використовують різноманітні інформаційні системи, такі як:

- системи моніторингу стану агроресурсів та прогнозування урожайності сільськогосподарських культур;
- системи забезпечення контролю якості сільськогосподарської продукції;
- системи оперативного управління та оптимізації продукційних процесів та ще багато інших спеціалізованих інформаційних систем різноманітної спрямованості та рівня деталізації [14].

Найбільш доступною для підприємств, що займаються виробництвом ріпаку, є система моніторингу стану агроресурсів та прогнозування урожайності сільськогосподарських культур. Вона є досить складною і багатоскладовою, а її інформаційні можливості дозволяють в оперативному режимі надавати відомості про поточний стан та майбутню врожайність ріпаку. На сьогодні, в умовах жорсткої конкуренції, підприємствам обов'язково необхідно використовувати сучасні комп'ютерні програми, які дозволяють підвищувати ефективність управління виробництвом ріпаку, а також варто залучати для роботи з цими програмами кваліфікованих працівників.

Важливим завданням є поліпшення управління реалізацією продукції ріпаківництва, від якої напряду залежить рівень прибутковості галузі. Необхідною є активізація

маркетингової діяльності: пошук на вітчизняному ринку покупців, готових купувати за вищою ціною, укладання довгострокових контрактів на поставку продукції, пошук покупців на зовнішніх ринках.

Сільськогосподарським підприємствам, що займаються виробництвом ріпаку, необхідно посилити співпрацю і з вітчизняними переробними підприємствами щодо реалізації їм культури для переробки на олію і біодизель. Загалом, реалізація насіння ріпаку переробним підприємствам є досить вигідним каналом збуту, проте потужності цих підприємств не в змозі переробити увесь обсяг продукції, що випускається вітчизняними агровиробниками на ринок. Тож існує потреба в нарощенні потужностей у сфері переробки ріпаку [1].

Варто зазначити, що переробка ріпаку на олію і біодизель в нашій країні розвивається досить повільними темпами. У 2016 році підприємствами України було вироблено 81,6 тис. т ріпакової олії, що на 45% менше, ніж у 2015 році. Причин цього багато, але серед головних – дефіцит сировини, пов'язаний з великими обсягами експорту культури (86% від загального обсягу збору у 2016 році). Виробництво біодизелю характеризується високою собівартістю готової продукції, що робить його неконкурентоздатним порівняно з традиційним дизельним паливом. Свій внесок у зростання собівартості зробило введення акцизу на біодизель: наприкінці 2012 року він складав €46 за тону, а від 27 березня 2014 року зріс до €98, що призвело до зменшення кількості виробників. Має місце низький попит на біодизель, оскільки вітчизняні підприємства не можуть в короткі строки створити вигідні ринки збуту цього виду біопалива.

При вирощуванні ріпаку необхідно пам'ятати про дотримання екологічних норм та вимог, тому важливо приділяти увагу такому аспекту як управління охороною навколишнього середовища. Зокрема, під ріпак не можна відводити більше 20–25% посівних площ, оскільки це порушить екологічну рівновагу. Важливим є невиснажливе використання землі при вирощуванні культури, чого можна досягти завдяки раціональним сівоzmінам. Правильне включення ріпаку у сівоzmіну має суттєве екологічне значення, а також забезпечує отримання високих і стабільних урожаїв та економічно вигідного виробництва.

Чергування культур у сівоzmіні ґрунтується на потребах щодо постійного підвищення родючості ґрунту, знищення бур'янів, падалиці та інших капустияних культур, обмеження шкідливості потенціальних, переважно спеціалізованих шкідників і хвороб. Високі й стабільні врожаї озимого та ярого ріпаку отримують при запровадженні в господарствах спеціалізованих ріпаківих сівоzmів з максимальним насиченням їх зерновими культурами [6]. Важливу роль відіграє як попередник, так і витримка необхідної паузи в його вирощуванні на полі. Повертати ріпак на попереднє поле у сівоzmіні дозволяється не раніше як через 4–5 років.

Висновки і перспективи подальших розробок. Аналіз ефективності виробництва ріпаку в Україні показав, що за показниками урожайності наша держава поступаєтьсЯ країнам Європейського Союзу, а рентабельність варіює і значною мірою залежить від погодних умов та цін на ринку. Завданням менеджменту на підприємстві є вплив на контрольовані чинники ефективності виробництва ріпаку в межах самого підприємства для повного використання можливих резервів її зростання. Для вирішення цього завдання запропоновано напрями вдосконалення управління ефективністю виробництва ріпаку сільськогосподарськими підприємствами України.

Бізнес-планування виробництва ріпаку є дієвим механізмом ефективного управління в галузі, використання результативних показників роботи галузі ріпаківництва також полегшить процес управління ефективністю. Використання спеціального програмного забезпечення (системи моніторингу стану агресурсів та прогнозування урожайності сільськогосподарських культур тощо) при виробництві ріпаку за прикладом таких країн світу як США, Канада, країни ЄС дозволить робити якісні прогнози щодо розвитку галузі. Забезпечення ефективного використання ресурсів при вирощуванні ріпаку призведе до збільшення урожайності та валових зборів, а пошук ефективних каналів збуту – до зростання ціни реалізації ріпаку, що сукупно забезпечить зростання прибутковості галузі. Комплексне

застосування запропонованих заходів дасть синергійний ефект у зростанні ефективності виробництва ріпаку вітчизняними сільськогосподарськими підприємствами.

Подальші дослідження мають бути спрямовані на вивчення зарубіжного досвіду щодо управління ефективністю виробництва культури і можливостей його застосування в умовах вітчизняних підприємств.

Література

1. Гелета О. С. Розвиток ринку ріпаку як важлива складова ефективного функціонування вітчизняного ринку відновлюваних джерел енергії // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства ім. П. Василенка. Економічні науки. 2013. Вип. 138. С. 106–112.
2. Калетнік Г. М., Олійнічук С. Т., Скорук О. П. та ін. Альтернативна енергетика України: особливості функціонування і перспективи розвитку: колективна монографія / За ред. Г. М. Калетніка. Вінниця: Едельвейс і К, 2012. 250 с.
3. Климчук О. В. Економіко-технологічні процеси регіонального виробництва рідких біопалив в Україні // Економіка АПК. 2014. № 5. С. 38–42.
4. Кирпа М. Збирання та збереження ріпаку // Спецвипуск Ж. Пропозиція. Озимий ріпак від А до Я. 2017. № 20. С. 16–48.
5. Концеба С. Організація ресурсного забезпечення виробництва і переробки насіння ріпаку в регіоні: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». К.: Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки», 2011. 20 с.
6. Марков І. Інтенсивна технологія вирощування ріпаку // Агро-бізнес сьогодні. URL: <http://agro-business.com.ua/agro/dodatok.html> (дата звернення: 17.02.2018).
7. Takalić, M., Blažičević S. Economic analysis of rape production // Agricultura – Știință și practică. 2014. № 3–4 (91–92). Pp. 5–12.
8. Dobeľ A., Pilvere I., Ruza L., Grigorjeva R. Economic evaluation of rape production on the member farms of the cooperative LATRAPs // Economic Science for Rural Development. 2014. № 24. Pp. 21–29.
9. Dobek, T. Economical assessment and energy requirement of various technologies of winter rape production // Inżynieria Rolnicza. 2005. Vol. 10. № 3. Pp. 125–132.
10. Booth E., Booth J., Cook P., Ferguson B., Walker K. Economic evaluation of biodiesel production from oilseed rape grown in North and East Scotland. URL: <https://www.cti2000.it/Bionett/BioD-2005-102%20Economics%20of%20RME%20in%20Scotland.pdf> (дата звернення: 01.03.2018).
11. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <https://www.ukrstat.org.ua> (дата звернення: 05.02.2018).
12. Харабара О. 2020: ріпак під прицілом // Повідомлення Агропорталу від 29 січня 2018. URL: <http://agroportal.ua/ua/views/blogs/2020-raps-pod-pritselom> (дата звернення: 12.02.2018).
13. Янович В. П., Маколка О. В. Економічна ефективність вирощування ріпаку для виробництва біопалива // Зб. наук. праць ВНАУ. Серія: Економічні науки. 2011. № 1 (48). С. 217–221.
14. Кобець М. І. Використання сучасних інформаційних технологій в системах сільськогосподарського менеджменту. URL: <http://www.uk.x-pdf.ru/6biologiya/98866-1-vikoristannya-suchasnih-informaciy-nih-tehnologiy-sistemah-silskogospodarskogo-menedzhmentu-kobec-mi-kandidat.php> (дата звернення: 14.02.2018).

References

1. Heleta, O. S. (2013). Development of the rape market as an important part of the efficient functioning of the domestic renewable energy market [Rozvytok rynku ripaku yak vazhlyva skladova efektyvnoho funktsionuvannia vitchyznianoho rynku vidnovliuvanykh dzherel enerhii], Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu silskoho hospodarstva im. P. Vasylenka. Ekonomichni nauky, Vyp. 138, s. 106–112 [in Ukrainian]

2. Kaletnik, H. M., Oliinichuk, S. T., Skoruk, O. P. and others (2012). *Alternative energy of Ukraine: peculiarities of functioning and prospects of development: collective monograph*. Ed. by G. M. Kaletnik [Alternatyvna enerhetyka Ukrainy: osoblyvosti funktsionuvannia i perspektyvy rozvytku: monohrafiia; pod red. H. M. Kaletnika], Edelweis i K, Vinnytsia, 250 s. [in Ukrainian]
3. Klymchuk, O. V. (2014). *Economic and technological processes of regional production of liquid biofuels in Ukraine* [Ekonomiko-tekhnologichni protsesy rehionalnoho vyrobnytstva ridkykh biopalyv v Ukraini], *Ekonomika APK*, No. 5, s. 38–42 [in Ukrainian]
4. Kyrpa, M. (2017). *Rape harvesting and storage* [Zbyrannia ta zberezhennia ripaku], *Spetsvypusk ZH. Propozytsiia. Ozymy ripak vid A do Ya*, No. 20, s. 16–48 [in Ukrainian]
5. Kontseba, S. (2011). *Organization of the resource ensuring the rape seeds' production and processing in the region* [Orhanizatsiia resursnoho zabezpechennia vyrobnytstva i pererobky nasinnia ripaku v rehioni: avtoref. dis. ... kand. ekon. nauk], *Natsionalnyi naukovyi tsentr «Instytut ahrarynoi ekonomiky»*, Kyiv, 20 s. [in Ukrainian]
6. Markov, I. *Intensive rape cultivation technology* [Intensyvna tekhnolohiia vyroshchuvannia ripaku], *Ahro-biznes siohodni*, available at: <http://agro-business.com.ua/agro/dodatok.html> [in Ukrainian]
7. Takalić, M., Blažičević, S. (2014). *Economic analysis of rape production*. *Agricultura – Știință și practică*, No. 3–4 (91–92), pp. 5–12.
8. Dobeles, A., Pilvere, I., Ruza, L., Grigorjeva, R. (2014). *Economic evaluation of rape production on the member farms of the cooperative latraps* // *Economic science for rural development*, No. 24, pp. 21–29.
9. Dobek, T. (2005). *Economical assessment and energy requirement of various technologies of winter rape production*, *Inżynieria Rolnicza*, Vol. 10, No. 3, pp. 125–132.
10. Booth, E., Booth, J., Cook, P., Ferguson, B., Walker, K. *Economic evaluation of biodiesel production from oilseed rape grown in North and East Scotland*, available at: <https://www.cti2000.it/Bionett/BioD-2005-102%20Economics%20of%20RME%20in%20Scotland.pdf>.
11. *Official site of the State statistics service of Ukraine* [Ofitsiinyi sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy], available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian]
12. Kharabara, O. *2020: rape under the sight* [2020: ripak pid prytsilom], *Povidomlennia Ahroportal*, 29.01.2018, available at: <http://agroportal.ua/ua/views/blogs/2020-raps-pod-pritselom> [in Ukrainian]
13. Yanovych, V. P., Makolkina, O. V. (2011). *Economic efficiency of rapeseed growing for biofuel production* [Ekonomichna efektyvnist vyroshchuvannia ripaku dlia vyrobnytstva biopalyva], *Zbirnyk naukovykh prats VNAU, Seriia: Ekonomichni nauky*, No. 1 (48), s. 217–221 [in Ukrainian]
14. Kobets, M. I. *Use of modern information technologies in agricultural management systems* [Vykorystannia suchasnykh informatsiynykh tekhnolohii v systemakh silskohospodarskoho menedzhmentu], available at: <http://www.uk.x-pdf.ru/6biologiya/98866-1-vikoristannya-suchasni-informatsiynykh-tehnologiy-sistemah-silskogospodarskoho-menedzhmentu-kobec-mi-kandidat.php> [in Ukrainian]

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

УДК 336.713:336.055

Яна Сергіївна АНДРЕЄВА

кандидат економічних наук, викладач кафедри фінансового менеджменту та фондового ринку, Одеський національний економічний університет, Україна, e-mail: ysandreeva8@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3032-8408>

Геннадій Олександрович ВЕЛИЧКО

кандидат економічних наук, професор кафедри фінансового менеджменту та фондового ринку, Одеський національний економічний університет, Україна, e-mail: fmfr@oneu.edu.ua, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3989-2288>

Ірина Валеріївна РОПОТАН

кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансового менеджменту та фондового ринку, Одеський національний економічний університет, Україна, e-mail: ropotan4ik@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0804-8204>

**ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВОГО ІНЖИНІРИНГУ
В КОМЕРЦІЙНОМУ БАНКУ**

Андрєєва, Я. С., Величко, Г. О., Ропотан, І. В. Теоретичні аспекти фінансового інжинірингу в комерційному банку // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць (ISSN 2313-4569); за ред. М. І. Звєрякова (голов. ред.) та ін. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2018. № 1 (65). С. 135–143.

Анотація. У статті досліджено теоретичні аспекти фінансового інжинірингу на фінансовому ринку. Узагальнено існуючі теоретичні підходи до визначення сутності фінансового інжинірингу та його ролі й принципів в управлінні банківськими установами. Ефективна діяльність банків на фінансовому ринку, їх специфіка, проблеми, динамічні процеси, – все це потребує формування ефективної системи фінансового інжинірингу. Визначено найбільш ефективну систему фінансового інжинірингу для банків з метою перерозподілу фінансових ресурсів, ризиків, ліквідності, прибутковості та інформації в умовах волатильності фінансового ринку, а також особливості її формування. Розроблено методологію банківського інжинірингу, адаптовану до трансформаційних умов розвитку банківських бізнес-процесів.

Ключові слова: фінансовий інжиніринг; інноваційні інструменти; ефективна система; фінансовий ринок; бізнес-процеси.

Яна Сергеевна АНДРЕЕВА

кандидат экономических наук, преподаватель кафедры финансового менеджмента и фондового рынка, Одесский национальный экономический университет, Украина, e-mail: ysandreeva8@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3032-8408>

Геннадий Александрович ВЕЛИЧКО

кандидат экономических наук, профессор кафедры финансового менеджмента и фондового рынка, Одесский национальный экономический университет, Украина, e-mail: fmfr@oneu.edu.ua, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3989-2288>

Ирина Валерьевна РОПОТАН

кандидат экономических наук, доцент кафедры финансового менеджмента и фондового рынка, Одесский национальный экономический университет, Украина, e-mail: ropotan4ik@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0804-8204>

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФИНАНСОВОГО ИНЖИНИРИНГА
В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ**

Андреева, Я. С., Величко, Г. А., Ропотан, И. В. Теоретические аспекты финансового инжиниринга в коммерческом банке // Вестник социально-экономических исследований: сб. науч. трудов (ISSN 2313-4569); под ред. М. И. Зверякова (глав. ред.) и др. Одесса: Одесский национальный экономический университет. 2018. № 1 (65). С. 135–143.

Аннотация. В статье исследованы теоретические аспекты финансового инжиниринга на финансовом рынке. Обобщены существующие теоретические подходы к определению сущности финансового инжиниринга, его роль и принципы в управлении банковскими учреждениями. Эффективная деятельность банков на финансовом рынке, их специфика, проблемы, динамические процессы, – все это требует формирования эффективной системы финансового инжиниринга. Определена наиболее эффективная система финансового инжиниринга для банков с целью перераспределения финансовых ресурсов, рисков, ликвидности, доходности и информации в условиях волатильности финансового рынка и особенности ее формирования. Разработана адаптированная к трансформационным условиям развития банковских бизнес-процессов методология банковского инжиниринга.

Ключевые слова: финансовый инжиниринг; инновационные инструменты; эффективная система; финансовый рынок; бизнес-процессы.

Yana ANDRIEIEVA

PhD in Economics, Lecturer, Department of Financial Management and Stock Market,
Odessa National Economics University, Ukraine, e-mail: ysandreeva8@gmail.com,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3032-8408>

Gennadiy VELISHKO

PhD in Economics, Professor, Department of Financial Management and Stock Market,
Odessa National Economics University, Ukraine, e-mail: fmfr@oneu.edu.ua,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3989-2288>

Iryna ROPOTAN

PhD in Economics, Associate Professor, Department of Financial Management and Stock Market,
Odessa National Economics University, Ukraine, e-mail: ropotan4ik@ukr.net,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0804-8204>

THEORETICAL ASPECTS OF FINANCIAL ENGINEERING IN A COMMERCIAL BANK

Andrieieva, Y., Velishko, G., Ropotan, I. (2018). Theoretical aspects of financial engineering in a commercial bank. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Teoretychni aspekty finansovoho inzhynirynhu v komertsiiinomu banku; za red.: M. I. Zveriyakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; Visnik social'no-ekonomichnih doslidzen' (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 1 (65), pp. 135–143.

Abstract. The article deals with theoretical aspects of financial engineering on the financial market. The existing theoretical approaches to the definition of the essence of financial engineering, its role and principles in the management of banking institutions are summarized. Effective banking activity on the financial market, their specifics, problems, dynamic processes – all this requires the formation of an effective system of financial engineering. The most effective system of financial engineering for banks for the purpose of redistribution of financial resources, risks, liquidity, profitability and information in the conditions of financial market volatility and peculiarities of its formation are determined. Methodology of banking engineering, which adapts to transformational conditions for the development of banking business processes is developed.

Keywords: financial engineering; innovative tools; effective system; financial market; business processes.

JEL classification: J190

Постановка проблеми у загальному вигляді. Процеси глобалізації світових фінансових ринків, їх сучасні тенденції розвитку, ускладнення форм та підвищення ризикованості фінансових операцій є тенденціями, що характеризують сучасний стан фінансової системи. В умовах становлення і розвитку національної економіки винятково

важливого значення набуває побудова ефективної банківської системи, її швидка адаптація на зміни з метою збалансування доходності та ризикованості фінансових операцій, структурування грошових потоків та інвестицій, формування конкурентних переваг у довгостроковій перспективі.

Сучасні проблеми функціонування банківської системи посилюються активізацією процесів інституціонального формування, які характеризуються системними ризиками, асиметрією інформації, відсутністю довгострокових кредитних ресурсів та стимулів для інвестиційної діяльності з метою забезпечення сталого розвитку економіки. Банки є посередниками у перерозподілі капіталів, забезпеченні безперервності процесу економічного відтворення. Умови зростаючої конкуренції і комерціалізації діяльності обумовлюють необхідність реорганізації структур, розробки гнучких ринкових стратегій, формування ефективної системи управління банківськими проектами, постійного нарощування та інтеграції зусиль всіх її підсистем та елементів.

Ці тенденції набувають актуальності щодо створення, модернізації та впровадження інноваційних фінансових інструментів та технологій фінансового інжинірингу. Важливість обраної проблематики посилюється безліччю розрізнених наукових обґрунтувань, що ускладнюють практичну реалізацію і зумовлюють актуальність теми дослідження.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Сучасний етап становлення ринкових відносин в економічній системі України характеризується постійним підвищенням ролі банківської системи у стимулюванні виходу із кризового стану економіки України. Процес ринкових перетворень у нашій державі об'єктивно розпочинався саме з банківських установ, які є центральною ланкою ринкової системи організації економічних відносин. Отже, стійкий розвиток українських банків став основою для формування повноцінних ринкових інститутів та сукупності тих базових елементів, які пов'язані з рухом фінансових ресурсів та без яких взагалі неможливе функціонування ринкового господарства.

Ефективна діяльність банків на фінансовому ринку, їх специфіка, проблеми, динамічні процеси, – все це потребує формування ефективної системи фінансового інжинірингу, постійного нарощування та інтеграції зусиль всіх її підсистем та елементів з використанням новітніх розробок у менеджменті, є запорукою її забезпечення на бажаному рівні та підтримання банком статусу надійної фінансової установи.

Необхідним є узагальнення існуючих теоретичних підходів до визначення сутності фінансового інжинірингу та його ролі й принципів в управлінні банківськими установами. Теорія фінансового інжинірингу стає одним із основних напрямків в аналізі економіки та фінансів. Поняття фінансового інжинірингу було започатковано у 1997 р., М. Шоулзом та Ф. Блеком, наукові результати в області фінансової інженерії яких, були визначені Нобелівською премією. Виникнення фінансового інжинірингу було спричинено глобалізацією фінансової діяльності, розвитком інформаційних технологій, дерегуляцією фінансових ринків, посиленням ризиків фінансового посередництва.

Дослідженням сутності фінансового інжинірингу присвячено праці провідних зарубіжних вчених – представників фундаментальної фінансової науки, таких як: А. А. Аюпов, Т. Бедер, Дж. Бірдж, М. Блосс, З. Боді, З. О. Воробйова, К. Зопоунідіс, О. В. Іванова, Х. Іба, Ю. І. Капелінський, Ю. Люу, Дж. Маршалл, М. Танігучі, П. Туфано, Дж. Фабозці, Р. Ферг'юсон, Дж. Фіннерті. У наукових роботах таких вітчизняних науковців, як О. М. Сохацька, О. В. Абакуменко, О. А. Іванилова, І. В. Котькалова-Литвин, А. Ф. Баторшина, А. В. Нікітін. Незважаючи на велику кількість досліджень, в яких розкрито теоретичні аспекти використання фінансового інжинірингу в економіці в цілому та у фінансовій сфері зокрема, питання, конкретні напрями та особливості його використання у практичній діяльності економічних агентів потребують уточнення.

Згідно з класичним визначенням, під фінансовим інжинірингом у банку розуміють фінансове забезпечення клієнта з використанням різних банківських продуктів та технологій.

Дж. Фіннерті [1] зазначає що, фінансовий інжиніринг – це поєднання конструювання, розроблення та реалізації інноваційних фінансових інструментів і процесів, а також творчий пошук нових підходів до розв’язання проблем у галузі фінансів.

Ю. С. Масленченков [2] фінансовий інжиніринг пояснює як фінансове забезпечення клієнтів з використанням банківських продуктів, у тому числі фінансових технологій та інструментів ринку, що відповідає потребам як клієнта, так і інтересам банку.

Найбільш узагальнене та найпоширеніше тлумачення поняття надав Дж. Маршал та його співавтор В. Бансал: «Фінансовий інжиніринг – це розробка та застосування фінансової технології для розв’язання фінансових завдань та створення вартості через розпізнавання сприятливих фінансових можливостей» [3].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Узагальнюючи попередні визначення поняття «фінансовий інжиніринг», можна дати наступне тлумачення цій економічній категорії: фінансовий інжиніринг в банку як економічне поняття відображає, з одного боку, процес проектування, розробки та практичної реалізації конкурентних інноваційних банківських інструментів, продуктів і бізнес-процесів, а з іншого, – ефективне впровадження проектного підходу до економічних процесів та вирішення актуальних проблем банків та змін на фінансовому ринку.

Постановка завдання. Метою статті є визначення найбільш ефективної системи фінансового інжинірингу для банку, яка буде вирішувати питання перерозподілу фінансових ресурсів, ризиків, ліквідності, прибутковості та інформації відповідно до визначеної стратегії банку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проаналізувавши різноманітні трактування цього поняття можна визначити, що фінансовий інжиніринг в банку є ефективним інструментом оперативного реагування на зміни, які відбуваються на фінансовому ринку і зводиться до наступних принципів:

- принцип системності – впровадження фінансового інжинірингу в банківську практику повинно бути спрямовано на досягнення сукупності наступних завдань: забезпечення ліквідності, мінімізацію ризиків, підвищення прибутковості, нарощування фінансової стійкості тощо;
- принцип логічної послідовності – розроблена заздалегідь технологія конструювання та реалізації сприятиме економії витрат;
- принцип інноваційності – фінансовий інжиніринг повинен відповідати критеріям інноваційності та втілювати найсуттєвіші досягнення у світовому досвіді;
- принцип економічної доцільності – вибір повинен бути ретельно обґрунтований з точки зору економічної ефективності та впливу на різні аспекти діяльності банку.

Отже, використання різноманітних засобів фінансового інжинірингу є необхідною умовою вирішення фінансових проблем у різних сферах діяльності фінансових установ що дозволяє дійти висновку про те, що його роль зводиться до виконання таких функцій: створення фіктивного капіталу, перерозподіл грошових ресурсів, ризиків, ліквідності, доходів та інформації відповідно до фінансових потреб ринку в умовах його волатильності.

Основною економічною функцією фінансового інжинірингу вважають створення фіктивного капіталу і забезпечення його руху. Саме вона відіграє першорядне значення для сучасного етапу розвитку економіки.

Фінансовий інжиніринг, сприяючи прийняттю нових фінансових рішень, розширює можливості інвестування з індивідуально певними параметрами грошових потоків, ціни, ризику, термінів, ліквідності. Фінансовий інжиніринг є багатогранним засобом для вирішення завдань різної проблематики, так чи інакше пов’язаних з цілями залучення і вкладення грошового капіталу.

Розвиток фінансового інжинірингу зумовлений низкою факторів, які умовно можна поділити на дві групи: екзогенні, що діють ззовні, та ендогенні, що є внутрішніми відносно неї і які вона частково може контролювати. До екзогенних факторів відносять зокрема: мінливість

цін; загальну глобалізацію ринків; податкові асиметрії; досягнення науки і технології; досягнення економічної та фінансової теорії; зміни в регулюючому законодавстві; посилення конкуренції; зниження операційних витрат тощо. Ендогенні фактори містять: потреби в ліквідності; неохочість акціонерів і менеджерів до ризику; розбіжності в інтересах власників і менеджерів; розрив між високим рівнем професіоналізму керуючих інвестиціями та поверхневим рівнем підготовки персоналу.

Впровадження фінансового інжинірингу в банку є досить тривалим і для формування ефективної системи фінансового інжинірингу банківських процесів у банку має відбуватися структуровано.

Згідно з результатами аналізу наукової літератури процес здійснення банківського інжинірингу деталізований в дослідженнях С. Б. Єгоричевої [4] і виділений в наступні етапи:

- виникнення ідеї або систематизація ідей;
- добір та формулювання ідеї на основі аналізу можливостей;
- розробка бізнес-процесу реалізації;
- технічна підготовка та розробка програмного забезпечення;
- підготовка працівників банку;
- підготовка та реалізація маркетингового забезпечення.

Цей підхід відокремлює лише найсуттєвіші стадії фінансового інжинірингу, які в загальному вигляді зводяться до збору та оброблення інформації, її просування та аналізу результатів.

Більш структуровану систему фінансового інжинірингу банківських проектів у комерційному банку пропонує М. Досмухамбетова [5], яка виділяє і характеризує наступні рівні:

- визначення цільових установок;
- аналіз специфічних потреб контрагентів;
- оцінка ризиків за видами, рівнями;
- відбір;
- аналіз відповідності процедурам та методам внутрішнього контролю ризиків в банку;
- оцінка співвідношення ризику, доходності, ліквідності та альтернативних витрат при виборі необхідного банківського інструментарію;
- розробка сценарію аналізу впровадження;
- остаточний вибір;
- виконання організаційних заходів всередині банку щодо створення;
- супровід.

Перевагою цього підходу є висока ступень деталізації, яка робить інжинірингову діяльність в банку більш структурованою та прозорою. Отже, варто зазначити, що наведені науковцями етапи більш подібні до окремих дій, які супроводжують банківські проекти.

З огляду на вищезазначене, на думку авторів, гарантією формування ефективної системи фінансового інжинірингу в банку є адаптована до умов трансформаційних умов розвитку банківського бізнес-середовища методологія, яка передбачає його розгляд як процесу, що послідовно проходить усі необхідні етапи.

Таблиця 1

Методологія банківського інжинірингу (розроблено авторами)

Етапи	Характеристика
1. Розробка цільових завдань банку	Цільові установки згідно зі стратегією розвитку банку
2. Оцінка специфічних інтересів і потреб потенційних контрагентів	Вивчення ринкової ситуації: основних банківських продуктів, тенденцій, переваг потенційних банківських партнерів

3. Розробка і тестування концепції	Оцінка рівня ризику для банку і контрагентів
4. Підбір альтернативного банківського інструментарію	Правове, нормативне, інформаційне забезпечення
5. Оцінка системних якостей	– відповідність зовнішньої і внутрішньої нормативної бази банку; – відповідність системі контролю і коригування управління ризиковими позиціями.
6. Оцінка фінансових показників	Співвідношення ризику, прибутковості, ліквідності та альтернативних витрат при виборі необхідного банківського інструментарію
7. Сценарний аналіз впровадження	Сценарний аналіз впровадження під впливом волатильності фінансового ринку
8. Оцінка підсумків здійсненого аналізу	Остаточний відбір направлення розвитку банку
9. Впровадження системи в організаційно-функціональну структуру банку	– навчання персоналу, тестування маркетингу, виділення фінансових і трудових ресурсів; – делегування повноважень і розподіл відповідальності між підрозділами банку.
10. Супроводження, підтримка та контроль	Фінансовий аналіз, коригування та контроль

Кожен із перерахованих етапів виконує певні завдання і функції та сукупно формують методологію банківського інжинірингу.

На першому етапі банк повинен визначитися з цільовими установками згідно зі стратегією. За допомогою впровадження системи можуть вирішуватися цільові установки щодо вдосконалення управління ліквідністю банку, акумулювання додаткових позикових ресурсів, зростання банківської капіталізації, збільшення долі ринку, поліпшення структури банківського балансу, нівелювання негативних наслідків кризи, конкурентної боротьби за окремі сегменти ринку, розширення клієнтського сегменту, управління структурою кредитного портфеля, збереження власного капіталу.

На другому етапі аналізуються специфічні потреби потенційних контрагентів, які можуть виражатися в таких формах: потреба в залучених ресурсах позикового характеру; зниження різних видів ризику; забезпечення ліквідності пасивів і активів контрагента; оптимізації управління акціонерним капіталом; отримання прибутку за рахунок високорентабельного розміщення активів.

Третій етап процесу банківського інжинірингу передбачає повномасштабну оцінку ризиків за видами, рівнем, необхідними методами оцінки і фінансовими наслідками для банку і контрагента від впровадження банківського проекту. Для реалізації вимог цього етапу використовуються методики, такі як оцінка можливостей збитків, виходячи з теорії ймовірностей і екстраполяції минулих подій (минулого досвіду) на майбутнє, методи фундаментального аналізу, засновані на аналізі фінансових аспектів майбутнього контрагента (рейтингові, бальні та опитувальні системи).

На четвертому етапі здійснюється вибір банківського інструментарію:

- правове забезпечення – закони, укази, постанови, накази;
- нормативне забезпечення – інструкції, методичні вказівки, нормативи, норми та інші;

– інформаційне забезпечення – економічна, комерційна, фінансова та інша звітність та інформація.

П'ятий етап банківського інжинірингу покликаний вирішувати завдання щодо відповідності банківських бізнес-процесів процедурам і методам внутрішнього контролю ризиків в банку. На основі проведеного аналізу вносяться певні корективи або в інструментарій, або в бізнес-процес. Інструментарій банківського інжинірингу, зазвичай, залежить від стратегії банку в управлінні ризиками. Толерантність до ризиків може мати агресивний, помірний або консервативний характер, що встановлює певні рамки при впровадженні проектів.

На шостому етапі банківського інжинірингу вирішується завдання щодо оцінки співвідношення ризику, прибутковості, ліквідності та альтернативних витрат при виборі необхідного банківського інструментарію.

Сьомий етап передбачає сценарний аналіз бізнес-процесів. Банківська діяльність піддається впливу безлічі факторів, що зумовлює багатоваріантність її розвитку. Тому важливого значення набувають питання прогнозування при зміні зовнішнього середовища.

На восьмому етапі альтернативний розгляд похідних фінансових інструментів завершується остаточним вибором направлення розвитку діяльності. Найчастіше цей вибір проводиться групою експертів, яка оцінює різні фактори. Остаточне рішення приймається низкою колегіальних органів банку: правовим, технологічним, кредитним, інвестиційним і фінансовим комітетами.

Дев'ятий етап банківського інжинірингу передбачає організаційні заходи всередині банку щодо супроводження банківських бізнес-процесів: виділення фінансових і трудових ресурсів; вибір уповноважених підрозділів банку з супроводження проекту, затвердження порядку їх взаємодії в рамках зон відповідальності кожного; складання графіка робіт; розробка необхідної документації.

Десятий етап банківського інжинірингу характеризується здійсненням супроводження, підтримкою та контролем:

- спостереження за перебігом реалізації бізнес-процесів, встановлених системою планових фінансових показників;
- відхилення фактичних результатів фінансової діяльності банку від запланованих;
- діагностування можливого погіршення фінансового стану банку та зниження темпів фінансового розвитку;
- розробка оперативних управлінських рішень щодо нормалізації фінансової діяльності банку відповідно до передбачених цілей і показників;
- коригування за необхідності окремих цілей і показників фінансового розвитку банку в зв'язку зі зміною зовнішнього фінансового середовища, кон'юнктури фінансового ринку і внутрішніх умов роботи банку.

Усі системи інжинірингу банку знаходяться у взаємозв'язку і реалізуються у визначеній послідовності.

Висновки і перспективи подальших розробок. Методологія банківського інжинірингу передбачає його розгляд як процесу, який послідовно проходить етапи розробки цільових завдань банку, оцінки специфічних інтересів і потреб потенційних контрагентів, вивчення ринкової ситуації, розробки і тестування концепції, оцінки рівня ризику для банку і контрагентів у результаті впровадження бізнес-процесів, підбору альтернативного банківського інструментарію, оцінку системних якостей, оцінку співвідношення ризику, прибутковості, ліквідності та альтернативних витрат. Важливого значення набуває вибір необхідного банківського інструментарію, сценарного аналізу впровадження бізнес-процесів, оцінку їх підсумків, навчання персоналу, тестування маркетингу, виділення фінансових і трудових ресурсів, супроводження, підтримка та контроль бізнес-процесів. Таким чином, запропонована методологія банківського інжинірингу базується на послідовному проходженні етапів і може бути задіяна в банківській діяльності для формування ефективної системи фінансового інжинірингу банківських бізнес-процесів, що надає можливість

приймати нові фінансові рішення, розширювати можливості інвестування та залучати інвесторів, створювати умови усім учасникам ринку працювати з мінімальними ризиками, отримувати додаткові прибутки від підвищення ефективності діяльності банку з метою досягнення поставлених перед банком цілей з урахуванням мінливих умов фінансового ринку.

Перспективи подальших досліджень полягають у розробці практичних рекомендацій щодо втілення їх у процес фінансового інжинірингу банківських бізнес-процесів.

Література

1. Finnerty J. D. *Project financing. Asset-based financial engineering*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc., 2007. 476 p.
2. Масленченков Ю. С. *Финансовый менеджмент в коммерческом банке: технология финансового менеджмента клиента*. М.: Перспектива, 1997. 221 с.
3. Маршалл Дж. Ф., Бансал В. К. *Финансовая инженерия. Полное руководство по финансовым нововведениям: учеб.* М.: Инфра-М, 1998. 784 с.
4. Єгоричева С. Б. *Банківські інновації: навч. посіб.* К.: Центр учбової літератури, 2010. 208 с.
5. Досмухамбетов М. *Банковский инжиниринг*. URL: <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/1007> (дата обращения: 07.01.2018).
6. Сохацька О. М., Гаврилюк-Єнсен Л. В., Олейко В. М. *Фінансовий інжиніринг: навч. посіб.* / за ред. О. М. Сохацької. К.: Кондор, 2011. 660 с.
7. Чмутова І. М. Адаптація системи фінансового менеджменту банку до циклічності його розвитку // *Економіка розвитку*. 2014. № 4. С. 54–60.
8. Belyaeva V. Y. *Determining the economic essence of the concept of «financial engineering» using content-analysis* // *Міжнародне економічне співробітництво: принципи, механізми, ефективність: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 5–6 груд. 2014 р.)*. К.: ГО «Київський економічний науковий центр». 2014. Ч. 3. С. 29–31.
9. *Financial engineering for profitable financial instruments*. URL: <http://www.international-finance magazine.com/article/Financial-Engineering-for-Profitable-Financial-Instruments.html> (access date: 10.02.2018).
10. Дарушин И. А. *Финансовый инжиниринг. Инструменты и технологии: монография*. М.: Проспект, 2015. 296 с.

References

1. Finnerty, J. D. (2007). *Project financing. Asset-based financial engineering*, John Wiley & Sons. Inc., New Jersey, 476 p.
2. Maslanchenkov, Yu. S. (1997). *Financial management in a commercial bank: technology of financial management of a client* [Finansovyy menedzhment v kommercheskom banke: tekhnolohiya finansovogo menedzhmenta klienta], Perspektiva, Moskva, 221 s. [in Russian]
3. Marshall, J. F., Bansal, V. K. (1998). *Financial engineering. A comprehensive guide to financial innovation* [Finansovaya inzheneriya. Polnoe rukovodstvo po finansovym novovvedeniyam], Infra-M, Moskva, 784 s. [in Russian]
4. Yehorycheva, S. B. (2010). *Banking innovations* [Bankivski innovatsii], Tsentr uchbovoi literatury, Kyiv, 208 s. [in Ukrainian]
5. Dosmukhambetov, M. *Banking engineering* [Bankovskiy inzhyniring], available at: <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/1007> [in Russian]
6. Sokhatska, O. M., Havryliuk-Yensen, L. V., Oleiko, V. M. (2011). *Financial engineering*. Ed. by O. M. Sokhatska [Finansovyi inzhynirynh; za red. O. M. Sokhatskoi], Kondor, Kyiv, 660 s. [in Ukrainian]
7. Chmutova, I. M. (2014). *Adaptation of the financial management system of the bank to the cyclicity of its development* [Adaptatsiia systemy finansovoho menedzhmentu banku do tsyklichnosti yoho rozvytku], Ekonomika rozvytku, No. 4, s. 54–60 [in Ukrainian]

8. Belyaeva, V. Y. (2014). *Determining the economic essence of the concept of «financial engineering» using content-analysis*, Mizhnarodne ekonomichne spivrobitnytstvo: pryntsypy, mekhanizmy, efektyvnist: zbirnyk materialiv Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii, 5–6.12.2014, HO «Kyivskiy ekonomichnyi naukovyi tsentr», Kyiv, Ch. 3, s. 29–31 [in Ukrainian]
9. *Financial engineering for profitable financial instruments*, available at: <http://www.internationalfinancemagazine.com/article/Financial-Engineering-for-Profitable-Financial-Instruments.html>.
10. Darushyn, I. A. (2015). *Financial engineering. Tools and technologies: monograph* [Finansovyy inzhyniring. Instrumenty i tekhnologii: monografiya], Prospekt, Moskva, 296 s. [in Russian]

УДК 336.71.339

Рузанна Разміківна АРУТЮНЯН

кандидат економічних наук, доцент кафедри банківської справи, Одеський національний економічний університет, Україна, e-mail: ruzaodessa@gmail.com,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6577-390X>

Світлана Сергіївна АРУТЮНЯН

кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансового менеджменту та фондового ринку, Одеський національний економічний університет, Україна,
e-mail: svetlar9950@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7072-4739>

Ірина Валеріївна РОПОТАН

кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансового менеджменту та фондового ринку, Одеський національний економічний університет, Україна,
e-mail: ropotan4ik@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0804-8204>

**ПАТОІНСТИТУТИ РИНКУ КАПІТАЛІВ УКРАЇНИ: МОЖЛИВОСТІ
ОЗДОРОВЛЕННЯ ТА ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ**

Арутюнян, Р. Р., Арутюнян, С. С., Ропотан, І. В. Патоінститути ринку капіталів України: можливості оздоровлення та ефективного функціонування // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць (ISSN 2313-4569); за ред. М. І. Зверякова (голов. ред.) та ін. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2018. № 1 (65). С. 144–152.

Анотація. У статті проаналізовано сучасні проблеми розвитку ринку капіталів в Україні та патології його основних інститутів, запропоновано напрями їх оздоровлення та ефективного функціонування задля забезпечення інвестиційними ресурсами реального сектора економіки і структурної перебудови. Визначено базові цілі довгострокової стратегії держави в розвитку ринку капіталів, зокрема фондового ринку і ринку банківських позичок. Обґрунтовано необхідність реформування системи регулювання фінансового сектору для подолання причин структурно-циклічних та фінансових криз. Визначено цілі та орієнтири функціонування фінансової системи і фінансового ринку для забезпечення інвестиційними ресурсами реального сектора економіки і сприяння індустріальній, економічній, соціальній та екологічній модернізації країни.

Ключові слова: ринок капіталів; патоінститути; фондовий ринок; банківська система; оздоровлення.

Рузанна Размиковна АРУТЮНЯН

кандидат экономических наук, доцент кафедры банковского дела, Одесский национальный экономический университет, Украина, e-mail: ruzaodessa@gmail.com,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6577-390X>

Светлана Сергеевна АРУТЮНЯН

кандидат экономических наук, доцент кафедры финансового менеджмента и фондового рынка, Одесский национальный экономический университет, Украина,
e-mail: svetlar9950@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7072-4739>

Ирина Валериевна РОПОТАН

кандидат экономических наук, доцент кафедры финансового менеджмента и фондового рынка, Одесский национальный экономический университет, Украина,
e-mail: ropotan4ik@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0804-8204>

**ПАТОИНСТИТУТЫ РЫНКА КАПИТАЛОВ УКРАИНЫ: ВОЗМОЖНОСТИ
ОЗДОРОВЛЕНИЯ И ЭФФЕКТИВНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ**

Арутюнян, Р. Р., Арутюнян, С. С., Ропотан, И. В. Патоинституты рынка капиталов Украины: возможности оздоровления и эффективного функционирования // Вестник социально-экономических исследований: сб. науч. трудов (ISSN 2313-4569); под ред. М. И. Зверякова (глав. ред.) и др. Одесса: Одесский национальный экономический университет. 2018. № 1 (65). С. 144–152.

Аннотация. В статье проанализированы современные проблемы развития рынка капиталов в Украине и патологии его основных институтов, предложены направления их оздоровления и эффективного функционирования для обеспечения инвестиционными ресурсами реального сектора экономики и структурной перестройки. Определены базовые цели долгосрочной стратегии государства в развитии рынка капиталов, в частности фондового рынка и рынка банковских кредитов. Обоснована необходимость реформирования системы регулирования финансового сектора для преодоления причин структурно-циклических и финансовых кризисов. Определены цели и ориентиры функционирования финансовой системы и финансового рынка для обеспечения инвестиционными ресурсами реального сектора экономики и содействия индустриальной, экономической, социальной и экологической модернизации страны.

Ключевые слова: рынок капиталов; патоиституты; фондовый рынок; банковская система; оздоровление.

Ruzanna ARUTYUNYAN

PhD in Economics, Associate Professor, Department of Banking, Odessa National Economic University, Ukraine, e-mail: ruzaodessa@gmail.com,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6577-390X>

Svetlana ARUTYUNYAN

PhD in Economics, Associate Professor, Department of Financial Management and Stock Market, Odessa National Economic University, Ukraine, e-mail: svetlar9950@gmail.com,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7072-4739>

Iryna ROPOTAN

PhD in Economics, Associate Professor, Department of Financial Management and Stock Market, Odessa National Economic University, Ukraine, e-mail: ropotan4ik@ukr.net,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0804-8204>

PATOINSTITUTIONS OF THE UKRAINIAN CAPITAL MARKET: OPPORTUNITIES FOR RECOVERY AND EFFECTIVE FUNCTIONING

Arutyunyan, R., Arutyunyan, S., Ropotan, I. (2018). Patoinstitutions of the Ukrainian capital market: opportunities for recovery and effective functioning. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Patoinstytuty rynku kapitaliv Ukrainy: mozhlyvosti ozdorovlennia ta efektyvnoho funktsionuvannia; za red.: M. I. Zveriyakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; *Visnik social'no-ekonomichnih doslidzen'* (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 1 (65), pp. 144–152.

Abstract. The article analyzes modern problems of development of the capital market in Ukraine and the pathology of its main institutions, suggests areas for their recovery and effective functioning to provide investment resources for the real sector of economy and structural adjustment. The basic goals of the state's long-term strategy in the capital market development, in particular, the stock market and the market of bank loans, are defined. The necessity of reforming the system of regulation of the financial sector to overcome the causes of structural and cyclical and financial crises is substantiated. The goals and guidelines for the functioning of the financial system and financial market are defined to provide the real sector of economy with investment resources and to promote industrial, economic, social and ecological modernization of the country.

Keywords: capital market; pathinstitutions; stock market; banking system; recovery.

JEL classification: G180; G210; G280

Постановка проблеми у загальному вигляді. Функціонування української трансформаційної економіки відбувається на тлі значних викривлень інституційних елементів (патоінститутів) фінансової системи, досі несформованого фінансового ринку, структурних диспропорцій розподілу фінансових ресурсів, обмеженого кола інструментів управління фінансовими потоками в реальній економіці. Ці проблеми сучасного розвитку України, значно посилені економічною та військово-політичною кризою останніх років, потребують визначення причин «хвороб» інституційної системи фінансового сектору країни взагалі та його ринку капіталів. Глибина диспропорцій та криз у сучасному світі пов'язана, безсумнівно, з інституційним фактором (сукупно з іншими причинами), тому дослідження взаємозв'язку між посиленням кризових проявів і диспропорцій на різних рівнях

управлінської ієрархії (у тому числі на рівні фінансового ринку), з одного боку, та інституційним фактором, з іншого, постає актуальним.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Проблеми сучасного розвитку фінансового ринку, його інституційної структури в Україні досліджуються багатьма зарубіжними та українськими вченими, зокрема, О. І. Барановським, О. І. Береславською, О. Г. Білорусом, В. В. Корнеєвим, В. І. Міщенко, С. В. Науменковою, К. В. Павловим, П. С. Єщенко [1; 2; 3; 4; 5] та ін. Цій проблематиці присвячено низку монографій науковців ОНЕУ, зокрема: «Теоретичні і практичні проблеми розвитку фінансового ринку в Україні» (за ред. проф. В. К. Кублікова), «Стабілізація фінансово-економічної системи України» (за ред. О. М. Гончаренко, О. С. Світличної) та ін. [6; 7; 8; 13].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Належно оцінюючи наукові здобутки вказаних авторів, варто підкреслити, що питання реформування та оздоровлення інституційної системи фінансового ринку вирішуються кожного разу по-новому залежно від макроекономічної ситуації в країні, її викликів і загроз. Вітчизняна фінансова система і ринок капіталів уже довгий час зазнають глибоку кризу і мають всі ознаки «невилікуваних хвороб», у першу чергу, через інституційну систему. Виникає закономірне питання: чим «хворіють» інститути ринку і як забезпечити їх оздоровлення для реалізації нової моделі фінансово-економічного розвитку на засадах антикризових механізмів та фінансової стабілізації?

Постановка завдання. Метою статті є визначення можливих шляхів оздоровлення та ефективного функціонування патоінститутів фінансового ринку задля забезпечення інвестиційними ресурсами сталого економічного розвитку та неоіндустріалізації країни.

Виклад основного матеріалу дослідження. В інституціоналізмі, як одній з концепцій економічної думки ХХ століття, за віковий період її розвитку сформувалося декілька самостійних цілісних напрямів. Серед них варто відмітити появу ще одного, який отримав у літературі назву «патоінституціоналізм» (від грецького «патос» – хвороба, патологія) [5, с.28–32].

Для пояснення деяких процесів, визначення стану окремих інститутів сучасної економіки і фінансової системи та їх спроможності вирішувати складні завдання регулювання та нагляду, забезпечення стабільності та ефективності всіх сегментів економічної системи такий термін, вважаємо, здається дуже вдалим, а розвиток патоінституціоналізму постає актуальним. Важливим аспектом патоінституціоналізму може стати вивчення різних видів та типів патологій інститутів, які, однак, повинні вирішувати складні комплексні завдання проведення реформ, «лікування» економіки в цілому і фінансової системи, зокрема і тому самі інституції потребують оздоровлення.

Фінансова система України та її учасники, а саме банківські та небанківські установи, відчувають різке падіння рівня власної економічної безпеки і зростання рівня ризиків зовнішнього та внутрішнього походження. Фінансова система та її інститути не виконують належним чином ті функції, які їй притаманні, і в першу чергу, не створює реальних стартових передумов структурної перебудови національної економіки, її неоіндустріалізації, не сприяє відновленню інвестиційного процесу та мобілізації фінансових ресурсів через розвиток фінансового ринку та його інституційної інфраструктури.

Останніми роками значно загострилися «хронічні хвороби» фінансової сфери країни:

- обмеженість і розпорошеність фінансових ресурсів;
- відстороненість професійних учасників фінансового ринку від стимулювання розвитку реального сектора економіки та їх націленість на отримання швидких доходів у спекулятивній фінансоміці;
- відсутність чіткої взаємодії між державними регуляторами, фінансовим ринком і населенням;
- криза довіри населення до фінансових інститутів;
- наявність значного обсягу «токсичних» активів у банківській системі;
- відсутність позитивного позичальника та незахищеність посередників-кредиторів;
- фрагментарність розвитку фінансового ринку, пов'язаного з особливостями його становлення і обраною моделлю функціонування;

- нерозвиненість фондового ринку та його інститутів;
- нерозвиненість небанківських фінансових інститутів і обмеженість їх ресурсної бази;
- значний відтік капіталів, що значно обмежує інвестиційні можливості країни й т.і. [9, с.66–67].

Як вирішувати ці проблеми, як лікувати і оздоровлювати фінансовий сектор та його патоінститути? По-перше, варто визначити цілі та орієнтири функціонування фінансової системи і фінансового ринку. Не викликає сумнівів, що фінансовий сектор повинен забезпечити інвестиційними ресурсами реальний сектор економіки і сприяти індустріальній, економічній, соціальній, екологічній модернізації країни.

По-друге, потрібна розбудова ефективної системи регулювання та нагляду за діяльністю фінансових інститутів з боку держави. По-третє, потрібні кардинальні зміни діяльності самих фінансових посередників у напрямку поліпшення якості активів, підтримки ліквідності, забезпечення прибутковості, зменшення рівня ризиків, прийняття високих стандартів якості послуг, конкурентоспроможності.

Одним із важливих індикаторів ефективності функціонування фінансової системи є розвиток фондового ринку як інституції ринкової економіки, який дозволяє мобілізувати вільні грошові кошти суб'єктів економічних відносин та направити їх в найбільш конкурентоспроможні сфери, забезпечити перелив капіталу між галузями та секторами економіки, встановити тим самим пропорції суспільного відтворення згідно з потребами.

Однак сьогодні фондовий ринок країни залишається одним із найслабших елементів фінансової системи і не вирішує проблеми забезпечення економіки інвестиційними ресурсами. Ще у 2015 році Кабмін звернув увагу на занепад українського фондового ринку і запропонував Програму розвитку ринку на 2015–2017 роки [10], а також створив нову команду топ-менеджерів у НКЦПФР із успішних керівників інвестиційних фондів з західною освітою, яким була визначена чітка ціль – активно реанімувати фондовий ринок, створити національного інвестора. Однак результати останніх п'яти років на ринку цінних паперів невтішні – обсяги торгів на організованому ринку постійно зменшуються, як і капіталізація ринку взагалі, більшість операцій традиційно проводяться з державними облігаціями і депозитними сертифікатами НБУ, акції та облігації корпоративних емітентів займають 6–8% всіх контрактів. Ми маємо класичний випадок ситуації «crowding out» – витіснення державою приватного бізнесу з фінансового ринку.

Які ж причини перешкоджають справжньому виконанню фондовим ринком його важливіших функцій?

1. У першу чергу варто нагадати історію становлення ринку, тому що при його народженні була нанесена «травма» вибором помилкової моделі ваучерної приватизації, яка перетворилася в дешеву скупку промислових, енергетичних, інфраструктурних активів невеликою групою олігархів і ця «травма» до сих пір не вилікувана.

Для мільйонів пересічних громадян фондовий ринок є якимось «фантомом», його інструменти зовсім не відомі й тому не привабливі для здійснення інвестицій [9, с.89]

Із двох моделей фінансового ринку – «Shareholder capitalist», коли власність розмита між мільйонами акціонерів, і «Stake capitalist», коли структура власності складається з великих контрольних пакетів акціонерного капіталу, в Україні у зв'язку з історією становлення ринку склалася саме друга модель, що обумовило низку проблем його функціонування і патологічні особливості:

- мала «глибина» фондового ринку, незначна кількість підприємств-емітентів акцій;
- тримання контрольних пакетів акцій і відсутність масового перерозподілу активів у вітчизняній промисловості для структурної перебудови економіки, її модернізації і здійснення інновацій;
- несприятливий підприємницький та інвестиційний клімат, недосконале, перекривлене бізнес-середовище;
- перманентна структурно-циклічна і соціально-політична криза останніх 10 років (2008–2017 роки);

– незахищеність прав дрібних (міноритарних) та інституціональних інвесторів, відсутність дивідендної політики тощо.

2. Друга системна проблема – спекулятивна модель фондового ринку, який не залучає значні фінансові ресурси ані домашніх господарств, ані інституційних інвесторів, бо не пропонує інвестиційно привабливі цінні папери виробничих корпорацій.

3. Ще одна проблема пов'язана з розширенням кола фінансових інструментів, у тому числі деривативів для хеджування ризиків при інвестуванні в цінні папери.

4. Важлива ключова проблема – це необхідність удосконалення і гармонізації законодавства у сфері депозитаріїв та розрахункових центрів, у сфері обліку цінних паперів нерезидентів, у сфері доступу українського приватного та інституційного інвестора до акцій українських емітентів, що розміщуються на зарубіжних торгових майданчиках, у сфері сек'юритизації фінансових активів, у сфері похідних цінних паперів.

5. Однією з основних неврегульованих проблем ринку і найвагомішим чинником його розвитку є створення системи захисту прав інвесторів на умовах надійної моделі корпоративного управління, прибуткової діяльності компанії, чесною і привабливою дивідендною політикою.

Можна визначити й інші проблеми фондового ринку, пов'язані із загальноекономічними умовами функціонування економіки у 2014–2017 роках, геополітичними процесами, військовим конфліктом, відтоком більшості інвесторів-нерезидентів, які зазнали значних втрат тощо.

Отож, криза української економіки останніх років повинна стати детонатором стрімких змін законодавчих, організаційних, регуляторних засад, на яких базується функціонування фондового ринку. Створення конкурентоспроможного сучасного фондового ринку можливе тільки за таких умов:

- досягнення макроекономічної, фінансової стабілізації;
- формування збалансованої, прозорої законодавчої системи з метою захисту прав інвесторів та емітентів, з урахуванням досвіду розвинутих країн і директив Ради ЄС;
- формування стійкої, надійної інституціональної інфраструктури та всіх її елементів; кардинальне переосмислення засад і ефективності роботи регуляторів – НБУ, НКЦПФР, Нацкомфінпослуг;
- фінансово-інвестиційні реформи і трансформації, котрі здатні створити конкурентоспроможний і повноцінний ринок цінних паперів.

Показники стану і динаміки фондового ринку України наведені у звітах НКЦПФР, у статтях економістів, що зверталися до його дослідження [1]. Проведений авторами статті аналіз дозволив зробити висновки і визначити основні «хвороби» цієї інституції. Однак поява ще однієї програми розвитку чи концепції оздоровлення фондового ринку не може вилікувати цей патологічний інститут. Головне стратегічне завдання полягає не в безкінечних відверненнях на будь-які нові концепції, програми, антикризові пакети, а в тому, щоб визначити умови стійкої довгострокової траєкторії висхідного розвитку фондового ринку і запропонувати конкретні кроки перетворення ринку в механізм трансформації вільних фінансових ресурсів бізнесу і домашніх господарств в інвестиційний капітал задля інноваційного стрибка вітчизняного виробництва.

Одним із пріоритетів оздоровлення ринку капіталів є також забезпечення стабільності та безпеки його банківського сегмента. Негативні тенденції на цьому сегменті зростали протягом 2014–2017 років. Банківський сектор зазнавав великих збитків і зростання кредитного портфеля у реальний сектор практичного припинилося. Експерти вважають, що відродження ключової функції банків-кредитування підприємств реального сектора – потребує багатьох років. Серед факторів стримування – високі ризики на фоні низьких темпів росту економіки, низький рівень захищеності прав кредиторів, висока вартість капіталу для позичальників, критичний рівень закредитованості великих підприємств і безнадійність повернення таких кредитів (корпоративним клієнтам при українській корупції в судовій системі дешевше купити необхідне рішення суду, ніж повертати отримані кредити).

Серед таких клієнтів і деякі народні депутати ВР). Більшість банків вважають за краще спрямувати вільні ресурси у менш ризиковані активи – облігації Міністерства фінансів і депозитні сертифікати НБУ.

Що стримує розвиток вітчизняної банківської системи і які «хвороби» цієї інституції заважають ефективності її функціонування? Як показує аналіз статей, монографій українських дослідників, присвячених визначенню патологій банківського сегмента ринку, серед таких проблем варто визначити наступні: по-перше, недостатня капіталізація банків і банківської системи; по-друге, висока частка проблемних і безнадійних активів у кредитних портфелях банків і незахищеність банків як кредиторів, з іншого боку, слабка захищеність вкладників, в першу чергу, юридичних осіб, для яких не створено фонду гарантування і які втратили (за оцінкою експертів) від 100 до 150 млрд. грн. після виведення з ринку 87 комерційних банків; по-третє, незадовільний, непрофесійний корпоративний менеджмент, в т.ч. управління банківськими ризиками. Окрім перелічених, до проблем розвитку банківської системи варто віднести:

- недостатня розробленість правової бази в області фінансової діяльності в цілому (захист інтересів клієнтів, механізм банкрутства і ліквідації банків, процеси злиття і поглинання, трастові операції, венчурний бізнес, діяльність небанківських фінансово-кредитних інститутів тощо), також практична відсутність податкових та інших регулюючих важелів щодо стимулювання інвестиційних операцій банків і диверсифікації інших банківських операцій;
- неефективне управління формуванням і розподілом ресурсної бази: отримані банками переважно за рахунок зовнішніх запозичень «довгі» кошти спрямовувалися на фінансування споживчих потреб населення;
- нераціональна територіальна структура – велика концентрація банків у великих торгівельно-промислових центрах та практично повний монополізм двох-трьох банків у менш розвинених регіонах;
- девальваційні процеси, які здійснювали сильний негативний вплив на рівень ризиків банків, рентабельність їхньої діяльності, знецінювали капітальні активи [9, с.66].

Перелік цих проблем можна продовжувати, але краще спробуємо визначити пріоритети і ключові напрями «лікування» та оздоровлення інституції грошово-кредитного ринку країни: 1) істотне підвищення капіталізації системи та її консолідація; 2) зниження частки непрацюючих і проблемних активів; 3) підвищення ефективності та посилення якості і професіоналізму у корпоративному управлінні банків відповідно до міжнародних стандартів; 4) якісна побудова ризик-менеджменту; 5) розроблення нових механізмів забезпечення прав кредиторів та вкладників, у першу чергу юридичних осіб; 6) розширення спектра та поліпшення якості банківських послуг; 7) удосконалення регуляторних та наглядових функцій всіх регуляторів фінансового ринку – НБУ, НКЦПФР, Нацкомфінпослуг, Мінфіна, КМУ, Ради з фінансової стабільності [9, с.68].

Що було зроблено в останні роки? Уряд і НБУ провели реформування банківської системи, очищення ринку від так званих банків – «зомбі», банків – «мийок», банків – «фантомів», здійснили діагностику та стрес-тестування системних банків, намагалися створити умови для зниження рівня інфляції, зміцнення курсу гривні, виконувати умови МВФ для продовження співпраці з Фондом і відновлення кредитування *stand-by*, провели реструктуризацію проблемної заборгованості банків. Уже в 2016 році почалася робота щодо перебудови системи нагляду: передбачено замінити контроль за виконанням нормативів оцінкою бізнес-моделі банку, значно змінити основи, принципи, форми ризик-менеджменту. Крім того, НБУ запропонував значні поправки до законодавства, які спростять процедуру реорганізації банків, зменшать терміни визначення неплатоспроможності банку, дії в ньому тимчасові адміністрації тощо. Сподіваємося, що всі ці кроки забезпечать лікування банківської системи України і виконання іманентно притаманних їй функцій у суспільному відтворенні.

Визначаючи патоінститути українського ринку капіталів, неможливо залишити поза увагою Фонд гарантування вкладів фізичних осіб (далі – ФГВФО). Його створення у 1998 році мало за мету підвищення довіри населення до банківської сфери на фоні загрози фінансової кризи. Однак на сьогодні Фонд повною мірою не виконує свої функції та має безліч проблем.

У статті «Функціональні проблеми системи гарантування вкладів в Україні» А. І. Шкляр достатньо глибоко проаналізував і фактори, і проблеми системи гарантування вкладів [12, с.53–60]. Автор вказує серед останніх на проблему хибного визначення цілей функціонування системи і пропонує зміну парадигми діяльності Фонду з касової функції виплат (та пошуку грошей, яких для цього бракує) на сприяння попередженню банкрутства банків у межах цілісної системи забезпечення стабільності банківського сектора. Також йдеться про проблему взаємодії гарантування вкладів з іншими елементами системи забезпечення фінансової стабільності, яка містить інструментарій кредитора «останньої дії», регуляторні норми, політику нагляду та інтервенцій, правила і механізми виведення з ринку неплатоспроможних фінустанов тощо. Проблемами Фонду також є розрив у балансовій та реальній вартостях активів, що передаються ФГВФО, неможливість виконання функцій гарантування вкладів в умовах падіння системних банків, моральний ризик котрий виникає коли і банкіри, і вкладники звільняються від відповідальності за наслідки власних не дуже обміркованих дій. Отож, і цей інститут «хворіє» і вимагає невідкладних лікувальних дій з боку НБУ, КМУ та інших регуляторів ринку капіталів.

На ринку капіталів, крім розглянутих інститутів, діє й багато інших фінансових посередників, зокрема, небанківські спеціалізовані посередники (інвестиційні компанії, лізингові і страхові компанії, недержавні пенсійні фонди, венчурні, взаємні фонди тощо), інтегровані посередники (фінансові супермаркети, конгломерати, системи мережових грошей, електронні біржі, платіжно-розрахункові системи), інфокомунікаційні посередники (інтернет-брокери, Forex-клуби, фінансово-інформаційні посередники, NAR-funds – віртуальний ринок) [6, с.287]. Неможливо в рамках однієї статті проаналізувати стан цих інститутів і визначити їх «хвороби». Наприклад, ІСІ в Україні. Рівень розвитку цих фінансових посередників залишається незадовільним. До головних проблем розвитку ринку спільного інвестування варто віднести такі:

- відсутність ефективної, дострокової стратегії розвитку ІСІ як зі сторони уряду, так і зі сторони менеджерів цих фінансових установ;
- несприятливий макроекономічний клімат, пов'язаний зі станом економіки, нестабільністю валютного курсу, нерозвиненістю фондового ринку, інфляцією тощо;
- низький рівень захисту учасників фінансового ринку і високий рівень інвестиційних ризиків;
- недовіра (знову ж таки!) населення до більшості фінансових установ, пов'язана з «травматичним синдромом» 90-х років та скандалами в системі недержавного пенсійного забезпечення;
- низький рівень поінформованості та фінансова безграмотність населення в інвестиційній сфері;
- недостатність на фінансовому ринку надійних фінансових інструментів, у які ІСІ могли би вкладати кошти тощо.

Таким чином, можна зробити висновок, що незавершеність процесу формування ринку ІСІ, неефективність його роботи потребують виваженої політики з боку держави щодо оздоровлення і розвитку інститутів такого типу.

Більшість ІСІ в Україні позиціонують себе як венчурні фонди і це ще одна патологія інституту. У світі венчурний капітал спрямовується на підтримку новаторських проєктів, пошук та випробування інновацій, інвестується у інтернет-технології, програмне забезпечення, комп'ютери, периферійні пристрої, медицину, фармацевтику, електроніку, створення нових гаджетів, роботизацію, бізнес-послуги. В Україні більша частина активів венчурних фондів сконцентрована у традиційних галузях (будівництво, продукти харчування та переробка сільськогосподарської продукції, роздрібна торгівля тощо), тобто активи

інвестуються у галузі III–IV укладів, які розвинені економіки світу вже давно пройшли. Тож чому ці фонди венчурні?

Причиною такої ситуації є те, що метою утворення таких фондів є мінімізація податкового навантаження власників венчурних фондів, а також реалізація тих чи інших схем управління власністю, на практиці венчурні фонди – фінансовий буфер між підприємствами, що є складовою холдингу.

«Організаційна форма венчурних фондів виконує «інструментальну» функцію, що дозволяє оптимізувати оподаткування законним способом в інтересах окремих компаній та всупереч загальнодержавним інтересам, отже інвестиційний бізнес України викривлений саме «венчурними знаходками»» [цит. за № 6, с.274]

Висновки і перспективи подальших розробок. Функціонування української трансформаційної економіки відбувається на тлі значних викривлень інституційних елементів (патоінститутів) фінансової системи. Проблеми сучасного розвитку України потребують розробки системи взаємопов'язаних форм і методів регулювання економіки та узгодження дії всіх органів державної влади та інституцій ринку. Історія визначила, які інститути та інституціональні системи варто визнати нормальними, що ефективно вирішують проблеми соціально-економічного розвитку своїх країн, а які – патоінститутами, що гальмують розвиток економік, перехід до неоіндустріальної стадії з високими темпами оновлення, модернізації, інновацій. Для глибокого розуміння викликів сучасної епохи й розробки системних заходів щодо стабілізації фінансово-економічної системи України потрібен цілісний науковий погляд на процеси, які формують сучасну реальність і розуміння трендів і тенденцій, які відбуваються в державі, що потребує подальших досліджень у цих напрямках.

Література

1. Барановський О. І. Сутність і чинники фінансової безпеки фондового ринку // *Фінанси України*. 2016. № 1, 3, 5. С. 23–36.
2. Береславська О. І. Реформування фінансового сектору України в контексті антикризового регулювання // *Науковий вісник Національного університету державної податкової служби України*. Серія: економіка, право. 2012. № 4. С. 61–66.
3. Білоус О. Г. Мировой структурный кризис и трансформация глобальной финансовой системы // *Економічний часопис*. 2014. № 7, 8. С. 4–10.
4. Корнєєв В. В., Кульпінський С. В. Подолання дефіциту інвестиційних ресурсів за допомогою інструментарію банку розвитку // *Фінанси України*. 2016. № 5. С. 82–96.
5. Павлов К. В. Патоинституты, патоинституционализм и модернизация российской экономики // *Інвестиції: практика та досвід*. 2013. № 16. С. 28–32.
6. Теоретичні і практичні проблеми розвитку фінансового ринку в Україні: монографія / За ред. В. К. Кублікова, Г. О. Величка. Одеса: Атлант, 2014. 422 с.
7. Стабілізація фінансово-економічної системи України: новітні моделі та перспективи розвитку: монографія / За заг. ред. О. М. Гончаренко, О. С. Светличної. Одеса: Атлант, 2017. 271 с.
8. Звєряков М. І., Жердецька Л. В. Банківський і реальний сектори економіки: оцінка взаємозв'язків і детермінант розвитку // *Економіка України*. 2017. № 10. С. 31–43.
9. Ринок капіталів в Україні: проблеми і перспективи розвитку: навч. посіб. / За ред. С. С. Арутюнян. Одеса: Атлант, 2017. 152 с.
10. Проект програми розвитку фондового ринку України на 2015–2017 роки «Європейський вибір – нові можливості для прогресу та зростання». URL: <http://nssmc.gov.ua/funddevelopment/plan> (дата звернення: 22.01.2018).
11. Захарченко В. І. Інвестиційне забезпечення неоіндустріалізації України // *Фінанси України*. 2017. № 11. С. 22–40.
12. Шкляр А. І. Функціональні проблеми системи гарантування вкладів в Україні // *Фінанси України*. 2016. № 3. С. 51–60.

13. *Розвиток банківської системи в умовах формування нової архітектури фінансового ринку: монографія / За ред. В. В. Коваленко. Одеса: Атлант. 2012. 765 с.*

References

1. Baranovskyi, O. I. (2016). Essence and factors of financial security of the stock market [Sutnist i chynnyky finansovoi bezpeky fondovoho rynku], *Finansy Ukrainy*, No. 1, 3, 5, s. 23–36 [in Ukrainian]
2. Bereslavska, O. I. (2012). Reforming Ukraine's financial sector in the context of anti-crisis regulation [Reformuvannia finansovoho sektoru Ukrainy v konteksti antykrizovoho rehuliuвання], *Naukovyi visnyk Natsionalnoho universytetu derzhavnoi podatkovoi sluzhby Ukrainy, Seriya: ekonomika, pravo*, No. 4, s. 61–66 [in Ukrainian]
3. Bilous, O. G. (2014). The global structural crisis and the transformation of the global financial system [Mirovoy strukturnyy krizis i transformatsiya globalnoy finansovoy sistemy], *Ekonomichnyi chasopys*, No. 7, 8, s. 4–10 [in Russian-Ukrainian]
4. Kornieiev, V. V., Kulpinskyi, S. V. (2016). Overcoming the shortage of investment resources with the help of bank development toolkit [Podolannia defitsytu investytsiinykh resursiv za dopomohoiu instrumentarii banku rozvytku], *Finansy Ukrainy*, No. 5, s. 82–96 [in Ukrainian]
5. Pavlov, K. V. (2013). Patoinstitutions, patoinstitutionalism and modernization of the Russian economy [Patoinstituty, patoinstitutsionalizm i modernizatsiya rossiyskoy ekonomiki], *Investytsii: praktyka ta dosvid*, No.16, s. 28–32 [in Russian-Ukrainian]
6. Theoretical and practical problems of financial market development in Ukraine: monograph (2014). Ed. by V. K. Kublikov, H. O. Velychko [Teoretychni i praktychni problemy rozvytku finansovoho rynku v Ukraini: monohrafiia; za red. V. K. Kublikova, H. O. Velychka], *Atlant, Odessa*, 422 s. [in Ukrainian]
7. Stabilization of the financial and economic system of Ukraine: the latest models and prospects of development: monograph (2017). Ed. by O. M. Goncharenko, O. S. Svetlychna [Stabilizatsiia finansovo-ekonomichnoi systemy Ukrainy: novitni modeli ta perspektyvy rozvytku: monohrafiia; za red. O. M. Honcharenko, O. S. Svetlychnoi], *Atlant, Odessa*, 271 s. [in Ukrainian]
8. Zvieriakov, M. I., Zherdetska, L. V. (2017). Banking and real sectors of the economy: assessment of interconnections and development determinants [Bankivskyi i realnyi sektory ekonomiky: otsinka vzaiemozv'язkiv i determinant rozvytku], *Ekonomika Ukrainy*, No. 10, s. 31–43 [in Ukrainian]
9. Capital markets in Ukraine: problems and prospects for development (2017). Ed. by S. S. Arutyunyan [Rynok kapitaliv v Ukraini: problemy i perspektyvy rozvytku; za red. S. S. Arutiunian], *Atlant, Odessa*, 152 s. [in Ukrainian]
10. Draft program of development of the Ukrainian stock market for 2015–2017 «European choice – new opportunities for progress and growth» [Proekt prohramy rozvytku fondovoho rynku Ukrainy na 2015–2017 roky «Yevropeuskyu vybir – novi mozhlyvosti dlia prohresu ta zrostannia»], available at: <http://nssmc.gov.ua/funddevelopment/plan> [in Ukrainian]
11. Zakharchenko, V. I. (2017). Investment provision of neoindustrialization of Ukraine [Investytsiine zabezpechennia neoindustrializatsii Ukrainy], *Finansy Ukrainy*, No. 11, s. 22–40 [in Ukrainian]
12. Shkliar, A. I. (2016). Functional problems of the deposit guarantee system in Ukraine [Funktionalni problemy systemy harantuvannia vkladiv v Ukraini], *Finansy Ukrainy*, No. 3, s. 51–60 [in Ukrainian]
13. Development of the banking system in the conditions of the formation of a new architecture of the financial market: monograph (2012). Ed. by V. V. Kovalenko [Rozvytok bankivskoi systemy v umovakh formuvannia novoї arkhitektury finansovoho rynku: monohrafiia; za red. V. V. Kovalenko], *Atlant, Odessa*, 765 s. [in Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 28.02.2018.

УДК 336.7

Олександр Леонідович СИРЧИН

кандидат економічних наук, доцент кафедри банківської справи, Одеський національний економічний університет, Україна, e-mail: aleks_syrchin@ukr.net,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7206-4439>

**ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ
КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ ПОЗИЧАЛЬНИКА БАНКУ**

Сирчин, О. Л. Теоретичні основи оцінки кредитоспроможності позичальника банку // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць (ISSN 2313-4569); за ред.: М. І. Зверькова (голов. ред.) та ін. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2018. № 1 (65). С. 153–160.

Анотація. У статті запропоновано науково-практичний підхід до оцінки кредитоспроможності позичальника українського банку. У результаті проведеного дослідження обґрунтовано наступне: 1) існуючі проблеми оцінки кредитоспроможності позичальника впливають зі спроб банків видавати незабезпечені кредити і при цьому не формувати резерви під кредитний ризик за рахунок власних витрат; 2) потенційна кредитоспроможність будь-якого позичальника дорівнює нулю і передбачає наявність 100% кредитного ризику; 3) зменшити кредитний ризик і підвищити кредитоспроможність позичальника можна тільки шляхом прийняття банком забезпечення за кредитним договором; 4) сума потенційного кредиту повністю залежить від розміру забезпечення, що надається позичальником за кредитним договором; 5) чистий кредитний ризик зобов'язаний повністю покриватися власними витратами банку по формуванню резервів під цей ризик.

Ключові слова: комерційний банк; кредитна діяльність банку; кредитний портфель банку; кредитоспроможність позичальника банку; кредитний ризик банку; кредитний ризик позичальника банку; витрати банку; резерви банку за кредитними операціями.

Александр Леонидович СЫРЧИН

кандидат экономических наук, доцент кафедры банковского дела, Одесский национальный экономический университет, Украина, e-mail: aleks_syrchin@ukr.net,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7206-4439>

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ
КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ЗАЕМЩИКА БАНКА**

Сырчин, А. Л. Теоретические основы оценки кредитоспособности заемщика банка // Вестник социально-экономических исследований: сб. науч. трудов (ISSN 2313-4569); под ред.: М. И. Зверькова (глав. ред.) и др. Одесса: Одесский национальный экономический университет. 2018. № 1 (65). С. 153–160.

Аннотация. В статье предложен научно-практический подход к оценке кредитоспособности заемщика украинского банка. В результате проведенного исследования обосновано следующее: 1) существующие проблемы оценки кредитоспособности заемщика вытекают из попыток банков выдавать необеспеченные кредиты и при этом не формировать резервы под кредитный риск за счет собственных расходов; 2) потенциальная кредитоспособность любого заемщика равна нулю и предполагает наличие 100% кредитного риска; 3) уменьшить кредитный риск и повысить кредитоспособность заемщика можно только путем принятия банком обеспечения по кредитному договору; 4) сумма потенциального кредита полностью зависит от размера обеспечения, предоставляемого заемщиком по кредитному договору; 5) чистый кредитный риск обязан полностью покрываться собственными расходами банка по формированию резервов под этот риск.

Ключевые слова: коммерческий банк; кредитная деятельность банка; кредитный портфель банка; кредитоспособность заемщика банка; кредитный риск банка; кредитный риск заемщика банка; расходы банка; резервы банка по кредитным операциям.

Oleksandr SYRCHYN

PhD in Economics, Associate Professor, Department of Banking, Odessa
National Economic University, Ukraine, e-mail: aleks_syrchin@ukr.net,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7206-4439>

THEORETICAL BASIS FOR ASSESSING THE CREDITWORTHINESS OF BANK BORROWER

Syrchyn, O. (2018). *Theoretical basis for assessing the creditworthiness of bank borrower*. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Teoretychni osnovy otsinky kredytopromozhnosti pozychalnyka banku; za red.: M. I. Zveriyakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; *Visnik social'no-ekonomichnih doslidzen'* (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 1 (65), pp. 153–160.

Abstract. *The article offers a scientific and practical approach to assess the creditworthiness of Ukrainian bank's borrower. As a result of the conducted research, it is proved: 1) the existing problems of assessing the creditworthiness of borrower are based on banks' attempts to make unsecured loans and do not create reserves for credit risk by their own expenses; 2) the potential creditworthiness of any borrower is zero and implies a 100% credit risk; 3) credit risk reduction and improvement of the borrower's creditworthiness are only possible by taking of security under credit agreement by the bank; 4) the sum of a potential loan depends entirely on the amount of the security provided by the borrower under credit agreement; 5) the net credit risk has to be fully covered by the bank's own expenses for the formation of reserves for this risk.*

Keywords: *commercial bank; credit activity of bank; bank's loan portfolio; creditworthiness of bank borrower; credit risk of bank; credit risk of bank borrower; expenses of bank; bank reserves for credit operations.*

JEL classification: G210

Постановка проблеми у загальному вигляді. Банки постійно балансують в просторі між залученими ресурсами і можливістю розмістити їх в надійні кредити (портфель наявних і потенційних кредитних заявок від надійних клієнтів). Балансування між бажанням отримання якомога більш високих доходів за рахунок кредитування і можливістю непогашення виданої кредитної заборгованості (кредитним ризиком) складає практичну основу кредитної політики кожного окремого банку, а, в цілому, становить теоретичну основу того, що кредитний ризик визнаний Базельськими угодами основним ризиком банків. Неповернення кредитної заборгованості породжує фінансові втрати для банків і можливість їх банкрутства. Спроби визначення умов повернення або неповернення кредитної заборгованості в майбутньому на підставі даних минулого в момент прийняття рішення про видачу або не видачу кредиту потенційному позичальникові відомі під загальною назвою «оцінка кредитоспроможності позичальника», яку тісно пов'язують з поняттям «кредитний ризик позичальника».

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Оцінці кредитоспроможності позичальника та кредитного ризику присвячено багато праць, серед яких варто відзначити наступні: К. Вальравен [1, с.60–85], Х. Грюнінг [2, с.123–154], В. В. Коваленко [3, с.91–137; 4, с.154–195], Е. Морсман [5, с.19–34], П. Роуз [6, с.170–280], Дж. Синки [7, с.457–640]. В узагальненому вигляді ці роботи містять такі положення:

1. Оцінка кредитоспроможності позичальника і його кредитного ризику впливає на якість кредитного портфеля банку (банківської системи країни) в майбутньому.
2. Кредитний ризик розуміють як абсолютну суму неповернутих банку коштів за кредитним договором (кредитним портфелем в цілому) або як відносний показник (рівень дефолту): ймовірність неповернення повністю або частково засобів за кредитним договором (кредитним портфелем в цілому).
3. Кредитоспроможність розуміють як здатність позичальника отримати кредит і повернути його банку в майбутньому, що передбачає оцінку кредитного ризику позичальника.
4. Для оцінки кредитоспроможності позичальника і його кредитного ризику застосовується безліч способів (підходів, методів, методик), але жоден з них не має домінуючого положення і не претендує на звання «єдино вірного способу розрахунку».
5. Усі способи оцінки кредитоспроможності позичальника і його кредитного ризику поєднують безліч кількісних показників (дохід, рентабельність, частка на ринку тощо) і якісних характеристик (репутація позичальника, якість управління фірмою, вік, кредитна історія тощо). Безліч показників за допомогою якогось алгоритму (довільного,

формалізованого або змішаного – суб’єктивно-формалізованого) синтезуються у вигляді кількісного або якісного показника (зазвичай, показника умовного – кількість балів, кількісний або якісний рейтинг тощо).

6. При оцінці кредитоспроможності позичальника банк може видавати кредит у випадку, якщо кредитний ризик більше нуля, але потенційні втрати можна покривати за рахунок процентних доходів, одержуваних від видачі кредитів іншим позичальникам.
7. Непокрита забезпеченням абсолютна величина кредитного ризику (чистий кредитний ризик) має покриватися (повністю або частково) власними витратами банку по формуванню резервів під кредитний ризик.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Успішність спроб оцінки кредитоспроможності позичальника або їх провалів становить історію банківської справи, а причинно-наслідкові відносини в кредитному процесі складають теорію оцінки кредитоспроможності позичальника. Практичні наслідки застосування сучасних методик визначення кредитоспроможності в банківській системі України є такими, що можна стверджувати про існування тривалої тенденції підвищеного кредитного ризику (рис. 1). Рис. 1 ілюструє, що відношення сформованих резервів під знецінення кредитів (чистого кредитного ризику) до кредитного портфелю банківської системи країни протягом 2008–2016 рр. становило значні величини і неухильно зростала (лінійне рівняння тренду описує 62,1% загальної варіації показника). Спроби НБУ змінити методику визначення кредитного ризику після кризи 2008 року кардинально не змінили сформовану тенденцію. Тому, питання про науково-практичну методику оцінки кредитоспроможності позичальника залишається відкритим.

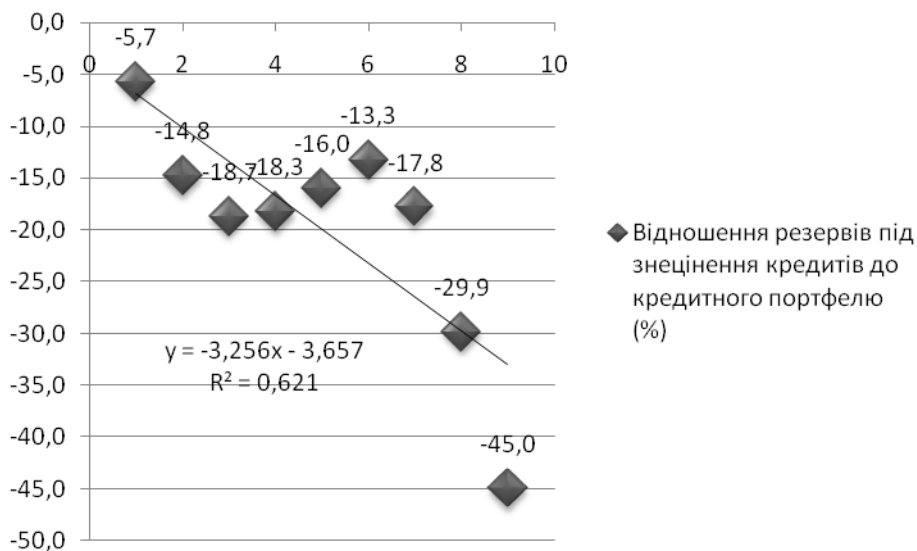


Рис. 1. Відношення сформованих резервів під знецінення кредитів до кредитного портфелю банківської системи України (%) на 01.01.2009–2017 (розраховано автором за даними НБУ [8])

Постановка завдання. Метою статті є спроба сформувати теоретичні основи оцінки кредитоспроможності позичальника і можливі підходи до науково-практичної оцінки кредитоспроможності позичальника банку в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проведене дослідження дозволяє стверджувати наступне:

1. У практичній роботі банків кредити видавалися і видаються, тобто існує науково-практичне узагальнення для оцінки кредитоспроможності позичальника.
2. У будь-якого банку при оцінці кредитоспроможності позичальника виникає науково-практичне питання: як визначити, яку суму грошей можна видати потенційному позичальникові в борг так, що він напевно її поверне – існує стовідсоткова ймовірність погашення суми кредитної

заборгованості, тобто кредитний ризик є нульовим? Відповідь на подібну постановку питання: теоретично і практично оцінити кредитоспроможність позичальника неможливо в принципі, тобто видача кредитів з нульовим кредитним ризиком неможлива.

3. Практика банківської діяльності зводиться до того, що кредити видаються без спроби оцінити реальну кредитоспроможність позичальника. Банки можуть тільки обрати спосіб як застрахувати себе (повністю або частково) від невиконання умов кредитного договору, від виникнення чистого (не покритого) кредитного ризику.
4. Існуючі проблеми оцінки кредитоспроможності позичальника впливають зі спроб банків видавати незабезпечені (повністю або частково) кредити (кредити з чистим кредитним ризиком) і при цьому не формувати резерви під кредитний ризик за рахунок власних витрат.
5. Теоретична основа оцінки кредитоспроможності позичальника зводиться до наступного узагальнення:
 - потенційна кредитоспроможність будь-якого позичальника дорівнює нулю і передбачає наявність 100% кредитного ризику, тобто будь-який позичальник може не повернути кредит повністю і це не залежить від суми кредиту;
 - зменшити кредитний ризик і підвищити кредитоспроможність позичальника можна тільки шляхом прийняття банком забезпечення за кредитним договором;
 - сума потенційного кредиту повністю залежить від розміру забезпечення, що надається позичальником за кредитним договором;
 - чистий кредитний ризик має повністю покриватися власними витратами банку по формуванню резервів під цей ризик.

Аргументи, які можна привести на користь вищевикладеного:

1. Існуючі підходи до оцінки кредитоспроможності припускають, що банкіри здатні оцінити можливості потенційного позичальника краще і точніше, ніж це здатен зробити сам позичальник (кваліфікація банкірів вище, ніж у позичальника). Варто зазначити, що, зазвичай, кваліфікація співробітників банку нижче, ніж кваліфікація позичальника, тому що позичальник краще знає сферу своєї діяльності і свої можливості. Отже, потенційний позичальник краще представляє майбутній розвиток подій, ніж банк. Інакше кажучи, співробітник банку змушений покладатися на інформацію потенційного позичальника і діяти на її основі. Таким чином, банк не може сформулювати цілком самостійну оцінку кредитоспроможності позичальника.
2. Існуючі підходи до оцінки кредитоспроможності оцінюють кредитний ризик (ймовірність непогашення кредитної заборгованості), а не кредитоспроможність (суму поворотної кредитної заборгованості). Причиною зсуву питання з оцінки кредитоспроможності на оцінку кредитного ризику є видача кредиту без забезпечення (повністю або частково). Видача бланкових кредитів означає, що банк фактично приймає на себе повністю можливість неповернення кредитів, але визнавати це не бажає. Замість цього він робить спробу обґрунтувати «чому цей ризик становить не 100%, а меншу величину». Для оцінки кредитного ризику формулюються різноманітні методики визначення рівня кредитного дефолту (або подібних показників) позичальника або окремого кредиту. Кількісна оцінка рівня кредитного дефолту і введення її в розрахунок чистого кредитного ризику дозволяє знизити кредитний ризик зі 100% до значно менших величин. У результаті, коли кредитний ризик стає реалізованим на 100%, банкам доводиться збільшувати витрати по формуванню резервів і нести значні збитки або продовжувати приховувати низьку якість окремих кредитів і кредитного портфеля в цілому. На практиці, загальне зниження якості кредитного портфеля в цілому, зазвичай відбувається в умовах кризи, що ще більше погіршує фінансову надійність банків. У результаті банки шукають порятунку в отриманні кредитів від центрального банку країни в надії, що інфляція «з'їсть» частину проблемних кредитів в майбутньому. Зниження купівельної спроможності та зростання кількості грошей призведе до того, що кредитний портфель в майбутньому збільшиться більш високими темпами, ніж виростуть проблемні кредити. Цей алгоритм діє тільки в умовах постійного зростання кількості грошей, яке значно випереджає зростання реального виробництва. Однак, надія на інфляцію не має нічого спільного з оцінкою кредитоспроможності позичальників і кредитним ризиком.

Інакше кажучи, існуюча практика не пов'язана з існуючими методиками оцінки кредитоспроможності і кредитного ризику.

3. Існуючі підходи до оцінки кредитоспроможності в теорії і діючій практиці допускають існування діапазону значень: від «кредит видавати не можна (0% повернення кредитної заборгованості або 100% кредитного ризику)» до «кредит видавати можна і він буде точно погашений (100% повернення кредитної заборгованості або 0% кредитного ризику)». В основі таких підходів є приховане припущення про можливість передбачити або прогнозувати майбутнє. Більш того, це припущення дозволяє робити кількісні оцінки майбутнього. Оскільки на практиці це припущення постійно не підтверджується (одержувані результати постійно відхиляються в більшу чи меншу сторону від прогнозів), то вводиться (на рівні аксіоматичного твердження) гіпотеза про імовірнісний розподіл результатів у майбутньому. Наслідком цієї гіпотези є теоретичне положення: абсолютної впевненості в тому, що виданий кредит буде повернений в майбутньому немає і бути не може, тому що не існує можливості передбачення майбутнього розвитку ситуації зі стовідсотковою впевненістю в її позитивному результаті. Майбутнє є невизначеним не тільки для оцінок банкірів, але й для самого позичальника. Позичальник може допустити суб'єктивну помилку або помилка виникне як результат змін у зовнішньому середовищі: покупці змінять переваги, зміниться фаза економічного циклу, яка веде до зміни платоспроможного попиту, виникнуть виробництва з аналогічними виробами і зміниться рівень конкуренції тощо. Отже, методики, що працюють з вірогідністю (кредитного ризику, дефолту, кредитоспроможності), в принципі не можуть відповісти на питання про те, яку суму можна видати потенційному індивідуальному позичальникові зі стовідсотковою впевненістю в її поверненні?
4. Існуючі підходи до оцінки кредитоспроможності в теорії та діючій практиці передбачають виділення групи позичальників в минулому з будь-якого набору ознак, а потім віднесення потенційного індивідуального позичальника до окремої групи з цим же набором ознак. Інакше кажучи, передбачається, що відома ймовірність неповернення кредиту в минулому буде діяти і в майбутньому. За таких підходів виникає низка питань. На якій підставі можна вважати, що ризик неповернення кредиту в минулому для даної групи зберігатиметься в майбутньому? Такої підстави немає, тому що економічні умови можуть змінитися, що автоматично змінить рівень кредитного ризику групи. На якій підставі можна вважати, що середня імовірність по групі діяла навіть в минулому для окремого індивідуального позичальника? Наприклад, кредитний ризик 2% означає, що два зі ста позичальників групи не повернуть 2% від суми кредитів групи (при прихованій умові рівності кредитної заборгованості кожного з позичальників). Питання: хто саме будуть ці 2 «поганих» позичальника і хто саме будуть 98 «хороших» для банку позичальників? Відповідь на це питання на початку кредитного процесу отримати не можна. Відповідь на це питання можна отримати тільки наприкінці, коли закінчатся терміни кредитних договорів або умови договорів будуть порушені до закінчення їх термінів. Більш того, якщо з даного міркування прибрати приховану передумову про рівність кредитних заборгованостей між позичальниками групи, то можна, не порушуючи логіки існуючого підходу, отримати катастрофічні для банку результати. Наприклад, якщо на 2 «поганих» позичальника припадає 98% суми кредитної заборгованості групи, то кінцевим результатом для банку буде втрата 98% кредитної заборгованості, тобто з початкової умови 2% потенційного кредитного ризику отримуємо 98% реалізованого кредитного ризику. Отже, підстави використовувати групові оцінки кредитного ризику для отримання індивідуальних оцінок кредитного ризику (кредитоспроможності, кредитного дефолту) в майбутньому немає. Таким чином, теорія і практика поширення результатів групи позичальників в минулому на очікування для індивідуального позичальника в майбутньому (кредитоспроможність) є неадекватними.
5. Існуючі підходи до оцінки кредитоспроможності в теорії і діючій практиці припускають, що різноманітні види банківських продуктів дозволяють використовувати однакові способи визначення кредитоспроможності. Отже, кредит для проведення окремої торгової операції або споживчий кредит на місяць, кредит на поповнення оборотних коштів на рік,

інвестиційний кредит на п'ять років, іпотечний кредит на п'ятнадцять років та інші види кредитів отримують для одного і того ж потенційного позичальника однаковий рівень кредитного ризику. Інакше кажучи, умови індивідуального кредиту будуть поставлені в залежність від абстрактних майбутніх можливостей конкретного позичальника. Однак можливості позичальника на короткий період часу і на тривалий період часу різні. Із практики банківської діяльності відомо, що, чим більше термін кредиту, що запитується, тим більше невизначеність його погашення. Можливості позичальника при обслуговуванні діючого бізнесу, при розширенні діючого бізнесу і при створенні нового (для нього) напряму бізнесу є різними. Оцінка цих можливостей вимагає індивідуальних оцінок кредитоспроможності позичальника для кожного виду банківського продукту. Таким чином, існуючі методики дають однотипну формалізовану відповідь (засновану на математико-статистичних методиках), що визначає фундаментальне протиріччя між усередненою формалізованою оцінкою кредитоспроможності для всіх кредитних продуктів і оцінкою певного виду кредитного продукту для індивідуального позичальника – при цьому підході способу вирішення цього протиріччя не спостерігається в теорії і в практиці.

6. Існуючі підходи до оцінки кредитоспроможності в теорії і діючій практиці припускають використання кредитної історії позичальника. Здійснюється спроба екстраполювати минулі результати позичальника про погашення раніше взятих кредитів на повернення кредитів в майбутньому. Точність такої екстраполяції буде тим вище, чим більше умови майбутнього повторять минулі умови. Теорія екстраполяції базується, зазвичай, на використанні математико-статистичних підходів, які вимагають наявності сукупності даних і не застосовні до індивідуальних значень. Інакше кажучи, можна встановити кредитний ризик по кредитному портфелю банку або по групі однотипних позичальників в минулому, а також, екстраполювати цей кредитний ризик в майбутнє, але відсутні вагомі теоретичні підстави для спроб екстраполяції індивідуального кредитного ризику позичальника залежно від його кредитної історії.
7. Існуючі підходи до оцінки кредитоспроможності в теорії і діючій практиці припускають використання деякого умовного рейтингу кредитного ризику або кредитоспроможності – умовного кількісного або якісного показника (кількість балів, що визначає розподіл позичальника в групі, наприклад, від «ААА» – вищий рейтинг – до «Д» – кредитний дефолт). Кожен банк або рейтингова агенція встановлюють свої набори кількісних показників і якісних характеристик, і свої набори нормативів для обчислення балів. Більш того, індивідуальні алгоритми, що трансформують первинний набір значень показників в кінцевий результат – рейтинг, також, вибираються банками і агенціями самостійно. Наразі відсутні серйозні теоретичні обґрунтування для формування цих алгоритмів так, щоб вони видавали стійкі результати протягом тривалого часу. На практиці виникають індивідуальні алгоритми, які протягом якогось періоду часу дозволяють більш-менш точно визначати кредитний ризик індивідуального позичальника, але після закінчення цього періоду алгоритм перестає бути адекватним – причини цього явища і момент закінчення його дії теоретично не обґрунтовано і практично не виявлено. Інакше кажучи, з точки зору теорії банківської справи, існуючі в банках і рейтингових агенціях алгоритми для оцінки кредитоспроможності позичальника, по суті, є суб'єктивними. У результаті, ступінь об'єктивності оцінок кредитного ризику, адекватність рейтингів позичальників на практиці піддається великому сумніву і це видно з падіння авторитету найбільших рейтингових агенцій світу. Наслідки світової кризи 2007–2009 років показали, що оцінки кредитоспроможності (рейтинги), які виставляли ці агенції, погано відображали реальний стан справ у позичальників.
8. Існуючі підходи до оцінки кредитоспроможності в теорії і діючій практиці припускають можливість прийняття будь-якого кредитного ризику, якщо одержувані процентні доходи від кредитного портфелю банку перебивають потенційні втрати банку від неповернення частини кредитної заборгованості. Отже, банк заздалегідь передбачає, що частина (наприклад, 2 або 20%) всієї кредитної заборгованості в майбутньому йому не повернуть. Для компенсації майбутніх втрат банк заздалегідь збільшує процентну ставку всім позичальникам на величину процентних доходів, рівних або більших, ніж потенційні втрати. Хто компенсує

втрати по «поганих» позичальниках? Втрати компенсують «хороші» позичальники. Виходить, що банк свої помилки перекладає на плечі сумлінних позичальників. Поки втрати банку від помилкових оцінок кредитоспроможності позичальників не великі, прийнятий підхід дозволяє йому продовжувати свою діяльність – «хороші» позичальники «не помічають» невеликого підвищення процентної ставки. Однак, як тільки процентні ставки по кредитах виростуть надмірно (через помилки банку в оцінці кредитоспроможності) «хороші» позичальники перестануть брати кредити або візьмуть їх в іншому банку. Це викликає кризу в окремому банку або в банківській системі країни в цілому (коли системну помилку в оцінці кредитоспроможності допускають всі банки країни). Отже, підхід, згідно з яким банк покриває кредитний ризик одних позичальників за рахунок доходів, одержуваних від інших позичальників, на практиці призводить до кризи в банку, а в теорії, не має відношення до оцінки кредитоспроможності індивідуального позичальника.

Можливо, існують аргументи на користь застосовуваних підходів до визначення кредитоспроможності, рівня кредитного ризику, рівня кредитного дефолту як імовірного результату по групі та застосовуваного для індивідуального потенційного позичальника, але при проведенні цього дослідження не вдалося виявити адекватних аргументів на користь таких підходів. Реалістичніше припустити, що кредитоспроможність будь-якого позичальника з будь-якого кредитного продукту потенційно дорівнює нулю (кредитний ризик дорівнює 100%) і підвищити її можна тільки гарантіями повернення кредиту (застава, страхівка тощо) або готовністю банку прийняти на себе повністю чистий кредитний ризик. Таким чином, теоретичною межею в оцінці кредитоспроможності позичальника є формула (1), де ступінь некредитоспроможності позичальника (P) або абсолютна величина чистого кредитного ризику (сума резервів, які банк повинен сформувати за таким кредитним ризиком за рахунок власних коштів) дорівнює різниці кредитної заборгованості (сума кредиту і відсотків за весь термін кредитного договору, зменшується на суму повернення траншу кредиту і місячних відсотків; K) і суми забезпечення кредиту (застава, страхівка тощо; O):

$$P = \max \{0; K - O\}. \quad (1)$$

Якщо сума кредитної заборгованості визначається із кредитного договору, то визначення вартості забезпечення уже не так однозначно. Вартість забезпечення, зазвичай, оцінюється за ринковими цінами. Виникає питання: хто і як буде визначати ринкову вартість забезпечення? Це пов'язане питання – від того хто визначає вартість залежить і те, яка її величина. Банк, позичальник і незалежний оцінювач визначають різні ринкові вартості величини одного і того ж забезпечення. Банк намагатиметься знизити вартість, позичальник буде прагнути завищити вартість, а незалежний оцінювач буде коливатися в інтервалі між реальною незалежністю і бажаннями того, хто оплачує цю оцінку забезпечення. Можлива причина такої ситуації полягає в тому, що незалежні оцінювачі не несуть матеріальну відповідальність за виставлену оцінку. Це може бути змінено на користь більшої об'єктивності оцінок забезпечення за кредитом таким чином. Якщо банк, крім одержуваної ринкової оцінки забезпечення, ще матиме договір про викуп забезпечення оцінювачем за вказаною в оціночному акті ціною, то реалістичність такої оцінки буде висока. Якщо створення такої ситуації не можливо, то оцінка незалежного оцінювача стає надмірною з причини своєї не реалістичності та на практиці залишається тільки компромісна спільна оцінка забезпечення банком і позичальником.

Запропонований підхід, крім абсолютної величини некредитоспроможності або кредитного ризику позичальника (формула 1) дозволяє розрахувати її відносну величину (нкс):

$$нкс = \frac{P}{K} \times 100\%. \quad (2)$$

Формула 2 показує, наскільки відсотків позичальник некредитоспроможний за даним кредитом (наприклад, на 2%), а формула 3 показує наскільки він кредитоспроможний (кс) (наприклад, на 98%):

$$кс = 100\% - нкс. \quad (3)$$

Висновки і перспективи подальших розробок. Таким чином, кредитний ризик і ступінь некредитоспроможності позичальника (у запропонованій інтерпретації термінів) є синонімами і за змістом ідентичні один одному. Зв'язок понять «кредитоспроможності» і «кредитного ризику» як в момент видачі кредиту, так і в процесі його обслуговування, стає очевидною і логічно зрозумілою. Більш того, практика використання цього підходу набуває риси наукової обґрунтованості, адекватності та універсальності єдиного рішення.

Перелік проблем з оцінкою кредитоспроможності і кредитного ризику не вичерпується тим, що описано вище. Залишаються питання коректності законодавчої і нормативної бази, які пов'язані з вилученням забезпечення на користь банку і реалізацією цього забезпечення, процедурою списання банком непогашеної кредитної заборгованості за рахунок резервів, відповідальністю за проведення неадекватної кредитної політики та інші питання, які вимагають подальших досліджень і апробації на практиці.

Література

1. Вальравен К. Управление рисками в коммерческом банке / Пер. с англ. Вашингтон: Институт экономического развития мирового банка, 1997. 303 с.
2. Грюнинг Х. Анализ банковских рисков / Пер. с англ. М.: Весь мир, 2007. 304 с.
3. Діяльність банків у забезпечення сталого розвитку фінансового ринку України: монографія / За ред. В. В. Коваленко. Одеса: Атлант, 2014. 358 с.
4. Кредитна діяльність банків України: проблеми та перспективи розвитку: монографія / За ред. В. В. Коваленко. Одеса: Атлант, 2015. 217 с.
5. Морсман Э. Управление кредитным портфелем / Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. 208 с.
6. Роуз П. Банковский менеджмент / Пер. с англ. М.: Дело ЛТД, 1995. 768 с.
7. Синки Дж. Финансовый менеджмент в коммерческом банке и в индустрии финансовых услуг / Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. 1018 с.
8. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <http://www.bank.gov.ua> (дата звернення: 06.12.2017).

References

1. Valraven, K. (1997). Risk management in a commercial bank. Trans. from Eng. [Upravlenie riskami v kommercheskom banke; per. s angl.], IEDPB, Washington, 303 s. [in Russian]
2. Gryuning, Kh. (2007). Analysis of bank risks. Trans. from Eng. [Analiz bankovskikh riskov; per. s angl.], Ves mir, Moskva, 304 s. [in Russian]
3. The activity of banks in ensuring the sustainable development of the financial market of Ukraine: monograph (2014). Ed. by V. Kovalenko [Diialnist bankiv u zabezpechennia staloho rozvytku finansovoho rynku Ukrainy: monohrafiia], Odesa, Atlant, 358 s. [in Ukrainian]
4. Credit activities of Ukrainian banks: problems and prospects of development: monograph (2015). Ed. by V. Kovalenko [Kredytna diialnist bankiv Ukrainy: problemy ta perspektyvy rozvytku: monohrafiia], Odesa, Atlant, 217 s. [in Ukrainian]
5. Morsman, E. (2004). Credit portfolio management. Trans. from Eng. [Upravlenie kreditnym portfelem; per. s angl.], Alpina Biznes Buks, Moskva, 208 s. [in Russian]
6. Rose, P. (1995), Bank management. Trans. from Eng. [Bankovskiy menedzhment; per. s angl.], Delo LTD, Moskva, 768 s. [in Russian]
7. Sinki, Dzh. (2007). Financial management in a commercial bank and in the financial services industry. Trans. from Eng. [Finansovyy menedzhment v kommercheskom banke i v industrii finansovykh uslug; per. s angl.], Alpina Biznes Buks, Moskva, 1018 s. [in Russian]
8. Official site of the National Bank of Ukraine [Ofitsiyniy sait Natsionalnoho Banku Ukrainy], available at: <http://www.bank.gov.ua> [in Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 21.12.2017.

УДК: 005.93:005.21:621(477.64)

Алла Василівна ЧЕРЕП

доктор економічних наук, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Запорізький національний університет, Україна, e-mail: cherep.av.znu@gmail.com,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5253-7481>

Анна Іванівна ПАВЛЕНКО

магістрант економічного факультету, Запорізький національний університет, Україна,
e-mail: ann2606@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9235-5380>

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ

Череп, А. В., Павленко, А. І. Формування стратегії антикризового управління підприємств машинобудування Запорізької області // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць (ISSN 2313-4569); за ред. М. І. Зверякова (голов. ред.) та ін. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2018. № 1 (65). С. 161–173.

Анотація. У статті упорядковано підходи до трактування поняття антикризового управління підприємством. Висвітлено загальні аспекти антикризового управління, відокремлено типи криз, досліджено сутність поняття «антикризове управління». Розглянуто тенденції розвитку підприємств машинобудування Запорізької області. Обґрунтовано необхідність запровадження антикризового управління на підприємствах з метою подолання їх збитковості, а також забезпечення стійкого розвитку. Досліджено сучасний стан антикризового управління підприємствами. Визначено, що в умовах світової фінансової кризи для підприємств машинобудування є характерним подальше падіння основних показників фінансово-господарської діяльності. Відокремлено основні причини виникнення кризи на підприємствах: дефіцит капіталу та технологій; обмежений доступ до кредитування та високі відсоткові ставки; недиверсифікованість та експортоорієнтованість на зовнішні ринки; входження на ринок більш дешевої та якісної імпоротної продукції та, як наслідок, зменшення обсягу виробництва. Запропоновано концептуальні положення щодо формування механізму антикризового управління, які передбачають застосування функціонального, системного, процесного, цільового, ситуаційного, адаптивного підходів, реалізація яких у сукупності дозволяє сформувати антикризові заходи на всіх рівнях управління підприємством залежно від глибини кризових явищ та оцінити його антикризовий потенціал.

Ключові слова: криза; діагностування; ліквідність; стратегія; підприємства машинобудування; антикризове управління; фінансова стійкість; стабільність.

Алла Васильевна ЧЕРЕП

доктор экономических наук, профессор кафедры финансов, банковского дела и страхования,
Запорожский национальный университет, Украина, e-mail: cherep.av.znu@gmail.com,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5253-7481>

Анна Ивановна ПАВЛЕНКО

магистрант экономического факультета, Запорожский национальный университет,
Украина, e-mail: ann2606@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9235-5380>

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ МАШИНОСТРОЕНИЯ ЗАПОРОЖСКОЙ ОБЛАСТИ

Череп, А. В., Павленко, А. И. Формування стратегії антикризового управління підприємств машинобудування Запорізької області // Вестник социально-экономических исследований: сб. науч. трудов (ISSN 2313-4569); под ред. М. И. Зверякова (глав. ред.) и др. Одесса: Одесский национальный экономический университет. 2018. № 1 (65). С. 161–173.

Аннотация. В статье упорядочены подходы к трактованию понятия антикризисного управления предприятием. Освещены общие аспекты антикризисного управления, выделены типы кризисов, исследована

сущность понятия «антикризисное управление». Рассмотрены тенденции развития предприятий машиностроения Запорожской области. Обоснована необходимость применения антикризисного управления на предприятиях с целью преодоления их убыточности, а также обеспечения устойчивого развития. Исследовано современное состояние антикризисного управления предприятиями. Определено, что в условиях мирового финансового кризиса для предприятий машиностроения характерно дальнейшее падение основных показателей финансово-хозяйственной деятельности. Выделены основные причины возникновения кризиса на предприятиях: дефицит капитала и технологий; ограниченный доступ к кредитованию и высокие процентные ставки; недиверсифицированность и экспортоориентированность на внешние рынки; поступление на рынок более дешевой и качественной импортной продукции и, как следствие, уменьшение объемов производства. Предложены концептуальные положения формирования механизма антикризисного управления, предусматривающие применение функционального, системного, процессного, целевого, ситуационного, адаптивного подходов, реализация которых в совокупности позволяет сформировать антикризисные меры на всех уровнях управления предприятием в зависимости от глубины кризисных явлений и оценить его антикризисный потенциал.

Ключевые слова: кризис; диагностирование; ликвидность; стратегия; предприятия машиностроения; антикризисное управление; финансовая устойчивость; стабильность.

Alla CHEREP

Doctor of Economics, Professor of Finance, Banking and Insurance Department, Zaporizhzhia National University, Ukraine, e-mail: cherep.av.znu@gmail.com,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5253-7481>

Anna PAVLENKO

Graduate student of Economics Faculty, Zaporizhzhia National University, Ukraine,
e-mail: ann2606@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9235-5380>

FORMATION OF ANTI-CRISIS MANAGEMENT STRATEGY OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISES OF THE ZAPORIZHIA REGION

Cherep, A., Pavlenko, A. (2018). Formation of anti-crisis management strategy of machine-building enterprises of the Zaporizhzhia region. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Formuvannia stratehii antykrizovoho upravlinnia pidpriemstv mashynobuduvannia Zaporizkoi oblasti; za red.: M. I. Zveriyakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; *Visnik social'no-ekonomichnih doslidzen'* (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 1 (65), pp. 161–173.

Abstract. The article describes approaches to interpreting the concept of the enterprise crisis management. The general aspects of crisis management are outlined, the types of crises are distinguished, the essence of the concept «anti-crisis management» is studied. Trends of development of machine building enterprises of Zaporizhzhia region are considered. The necessity of introduction of crisis management at the enterprises with the purpose of overcoming of their unprofitability, and also providing of sustainable development is substantiated. The current state of crisis management of enterprises is investigated. It is also determined that in the conditions of the global financial crisis enterprises of mechanical engineering are characterized by further fall in the main indicators of financial and economic activity. The main causes of the crisis are defined: capital and technology shortages, limited access to lending and high interest rates, non-diversification and export-orientation to external markets, market entry of cheaper and more qualitative imported products and, consequently, decrease in production. The conceptual framework for the formation of the anti-crisis management mechanism, which provides for the application of functional, system, process, target, situational, adaptive approaches are proposed. Together they allow to form anti-crisis measures at all levels of enterprise management, depending on the depth of crisis phenomena and to assess its anti-crisis potential.

Keywords: crisis; diagnostics; liquidity; strategy; enterprises of mechanical engineering; anti-crisis management; financial sustainability; stability.

JEL classification: L600; O100; O200; O300

Постановка проблеми у загальному вигляді. Машинобудування є одним із найважливіших секторів української економіки, активність якого покликана значною мірою визначити можливості зміни експортно-сировинної моделі розвитку та формування економіки інноваційного типу і, тим самим, підвищити стійкість національної економіки.

Однак, у сучасних умовах господарювання, що характеризуються економічною та політичною нестабільністю в Україні, стан більшості підприємств фахівці визнають як кризовий. Більшість підприємств машинобудівної галузі потерпають від погіршення результатів своєї діяльності.

Ситуація, в якій опинилася Україна на сучасному етапі, зумовила формування нових, специфічних умов функціонування промислових підприємств, які характеризуються високим рівнем нестабільності та невизначеності. У структурі промисловості України найбільшу питому вагу мають галузі важкої індустрії, особливо машинобудування. Важка промисловість формує більш ніж 80% загальної вартості реалізованої продукції галузі, в тому числі, на машинобудування припадає 12–14%.

Розвиток машинобудування є запорукою науково-технічного прогресу у всіх галузях народного господарства та значною підтримкою конкурентоспроможності країни. Завдання машинобудівного комплексу – випуск машин та обладнання високотехнологічного рівня, які повинні забезпечити підвищення продуктивності праці, зниження матеріалоємності та енергоємності, сприяти покращенню якості продукції. Машинобудування є комплексною галуззю, яка базується на використанні надбань і досягнень практично усіх галузей (хімічної, енергетичної, легкої, металообробної тощо), воно є основою промисловості та відіграє вирішальну роль у реалізації досягнень науково-технічного прогресу в усіх сферах господарства.

Розвиток кризових явищ і зацікавленість держави в максимальному збереженні підприємств, які мають необхідний потенціал виживання, є стратегічно важливими для країни в цілому або певних регіонів, а, з іншого боку, вони мають сприяти поширенню специфічного за своїми завданнями й функціями виду управління – антикризового.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Питання сутності, специфіки, цілей та задач антикризового управління стали предметом наукових досліджень таких видатних науковців, як С. Адонін [1, с.19–22], В. М. Багацький, Н. Д. Гетманцева [2, с.243–258], П. І. Белінський [3, с.41–48], Т. В. Булович [4, с.64–68], Г. К. Вера [5], А. І. Дмитренко [6, с.49–53], Г. О. Дудукало [7, с.28–34], В. О. Занора [8, с.37–41], Н. В. Картохіна [9], Р. С. Квасницька, І. М. Кордонець [10, с.130–134], Ю. Коротаєва [12], А. Ю. Погребняк [15].

Однак, незважаючи на велику кількість доробок у цій сфері, потребують подальшого розкриття та більш детального дослідження змістовні та теоретичні аспекти категорії «антикризове фінансове управління підприємством».

Постановка завдання. Метою статті є визначення особливостей процесу антикризового фінансового управління підприємством та механізму його впровадження.

Виклад основного матеріалу дослідження. Економічна криза на підприємстві означає важке фінансове становище, яке характеризується незадовільним станом цілої низки показників (коефіцієнтів): платоспроможності, рентабельності, оборотності, фінансової стійкості та ін. Таких показників існує величезна безліч. Найбільш універсальними і наочними індикаторами залишаються кінцеві фінансові результати діяльності підприємства: розмір валового прибутку і рівень рентабельності. Першою ознакою кризового стану є негативний фінансовий результат – валовий збиток від діяльності, зниження рівня рентабельності або стрімке скорочення розміру прибутку за періодами (якщо збитки не були заплановані як необхідний етап у розвитку бізнесу).

Таким чином, антикризове управління можна визначити як систему управлінських заходів і рішень з діагностики, попередження, нейтралізації та подолання кризових явищ і їх причин на всіх рівнях економіки. Воно повинно охоплювати усі стадії розвитку кризового процесу, його профілактику, попередження й подолання.

Антикризове управління – це процес запобігання або подолання кризи підприємства. У цьому визначенні об'єднані дві складові антикризового управління: запобігання і подолання кризових явищ.

У реальній практиці завдання антикризового управління рознесені в часі, вони характеризують якісно різні стани підприємства і припускають використання різних інструментів управління.

Вирішення першого завдання антикризового управління щодо запобігання кризи передбачає всебічний, системний і стратегічний підхід до аналізу і подолання виникаючих проблем. Воно має спільні цілі для багатьох підприємств. Такий підхід можна назвати антикризовим управлінням в просторому сенсі.

Антикризове управління в просторому сенсі – це збереження і зміцнення конкурентоспроможного становища підприємства, управління в умовах невизначеності, ризику. У цьому випадку антикризове управління застосовується на будь-якому підприємстві незалежно від його економічного становища (також і на самих успішних підприємствах) та стадії життєвого циклу (використовується на всіх стадіях життєвого циклу).

Вирішення іншого завдання щодо подолання кризи завжди має специфічний характер, і в цьому його можна назвати антикризовим управлінням у вузькому сенсі.

Антикризове управління у вузькому сенсі – це запобігання банкрутству підприємства, відновлення його платоспроможності. Це управління в умовах конкретної кризової ситуації, яке спрямоване на виведення підприємства із кризи і відновлення його конкурентоспроможності. Антикризове управління у вузькому сенсі найчастіше має місце на стадії спаду.

Концептуальна мета антикризового управління виражається в наступних основних положеннях:

- кризи можна передбачати, очікувати і викликати;
- кризи певною мірою не заборонено прискорювати, випереджати і відсувати;
- до кризи можна і необхідно готуватися;
- кризи можна пом'якшувати, кризові процеси певною мірою керовані, управління процесами виходу із кризи здатне прискорити ці процеси і мінімізувати їх негативні наслідки;
- управління в умовах кризи вимагає особливих підходів, інструментів, знань і навичок.

В несприятливих умовах фінансовий стан підприємства нестабільний. Підприємство втрачає обсяги виробництва і опиняється у стані, який нижче точки безбитковості. Зменшення собівартості ніяк не може вивести підприємство із зони безбитковості, забезпечити коштами з метою покриття своїх витрат і розвитку. Підприємство починає накопичувати пені та штрафи, його стан погіршується.

Для об'єктивного аналізу стану підприємства і оцінки ризику настання несприятливих умов необхідно провести детальну діагностику його фінансового стану. Діагностика підприємства може здійснюватися зовнішніми і внутрішніми аудиторами.

Зовнішня перевірка може проводитися органами влади, оцінювачами, інвесторами, позичальниками, постачальниками і покупцями, іншими учасниками ринку. Аналіз ґрунтується на офіційній бухгалтерській статистичній звітності. Мета зовнішнього аудиту – визначення факторів можливого виникнення кризової ситуації (неплатоспроможності) і вибір антикризових заходів [14].

Внутрішня перевірка базується на даних оперативного обліку (головних книг, відомостей, зведених таблиць). Така інформація є конфіденційною. Ціль внутрішнього аудиту – оцінка внутрішніх резервів запобігання неплатоспроможності підприємства чи відновлення його платоспроможності.

Найкращі результати аудиту досягаються, коли внутрішні та зовнішні аудитори працюють узгоджено, що виключає конфлікт інтересів.

Види діагностики неплатоспроможності організації:

- дескриптивний – це аналіз описового характеру, представляє фінансову звітність в різних розрізах і призначений переважно для зовнішніх користувачів;
- предикативний – це аналіз прогностичного характеру, використовується з метою визначення майбутніх доходів і можливого фінансового стану підприємства, наприклад,

аналіз ймовірності банкрутства і заходів щодо відновлення платоспроможності підприємства;

- нормативний – це аналіз, який дозволяє порівняти фактичні результати діяльності підприємства з очікуваними.

Розвиток кризи на рівні підприємства структурно поділяється на три фази:

1. Прихована криза (або криза ефективності).
2. Криза платоспроможності.
3. Криза розрахунків по боргах (загроза банкрутства, неплатоспроможність).

Для кризи ефективності (прихованої кризи) характерними ознаками є:

- зниження ефективності діяльності підприємства;
- негативна динаміка показників витоку капіталу;
- значна тривалість операційного фінансового циклу підприємства та ін.

Причиною першої фази є:

- збитки від окремих господарських операцій та за результатами фінансово-економічної діяльності в цілому;
- вичерпаність внутрішніх резервів з метою покриття збитків тощо.

У результаті інерційного функціонування підприємство переключиться до другої фази кризи платоспроможності. Характерні ознаки цього етапу розгортання кризових явищ проявляються через різкі зміни в структурі балансу та звіту про фінансові результати.

Проте факторами виникнення можуть бути не лише відсутність антикризових заходів у попередній фазі. Серед основних можна виділити:

- різке зменшення/збільшення грошових коштів на рахунках;
- збільшення/зменшення дебіторської заборгованості;
- прострочення дебіторських заборгованостей;
- розбалансованість дебіторської та кредиторської заборгованостей;
- збільшення/зменшення кредиторської заборгованості;
- зниження/збільшення обсягів торгівлі.

Якщо підприємство неспроможне вирішити проблеми кризи платоспроможності, то відбувається перехід до третьої фази – кризи розрахунків по боргах. Характерні ознаки:

- загроза банкрутства;
- фінансова неспроможність й т.п.

Причиною загострення цього етапу може бути неможливість погашення боргів. У результаті неефективного функціонування криза розрахунків з урахуванням наявних боргів може завершитися банкрутством підприємства.

Саме тому основними завданнями управління в кризових ситуаціях є недопущення чи пом'якшення шокового стану на підприємстві. Потрапивши в кризу, підприємство починає намагатися вийти з неї й розробляти відповідну стратегічну концепцію. Але це тільки ззовні. Варто визнати той факт, що у кризи були ендогенні та екзогенні причини; стадії її розвитку, в кожній з яких закладені напрямки майбутнього виходу із кризи.

Загалом фактори, що обумовлюють появу та розвиток кризових явищ у діяльності підприємства, можна відокремити на рис. 1. Зазначені фактори, у свою чергу, включають більш конкретні чинники. Таким чином, важливим чинником кризового стану підприємства можуть бути надмірні витрати виробництва продукції через значну частку невиробничих затрат. Наслідки негативної дії тих чи інших факторів можна передбачувати, а отже, своєчасно вживати заходи, спрямовані на їх усунення та ослаблення, якщо постійно відстежувати ознаки погіршення економічного стану підприємства (рис. 1).

Для кожного підприємства існує власне співвідношення зовнішніх і внутрішніх факторів кризи, які визначають необхідність антикризового управління. Крім того, для них характерне й одночасне поєднання суб'єктивних і об'єктивних складових. Їх ігнорування обумовлює суттєві негативні наслідки, зокрема, і банкрутство.

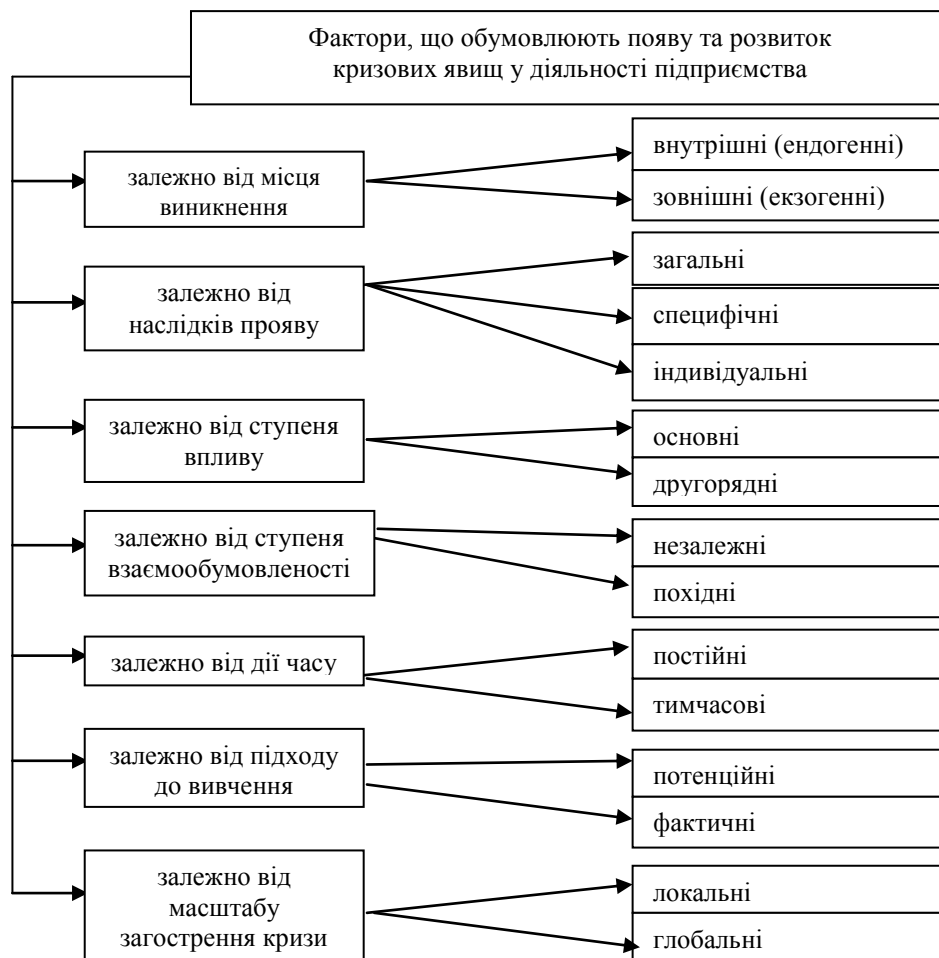


Рис. 1. Класифікація факторів, що обумовлюють появу та розгортання кризових явищ в діяльності підприємства (розроблено авторами на основі [6, с.49–53])

Особливість антикризового управління виявляється в об'єднанні в систему діагностики, попередження, подолання кризи, стратегії реструктуризації і застосування нестандартних методів в управлінні персоналом. З цих позицій антикризове управління представляється як конструктивна реакція на виявлені в результаті діагностики зміни, що загрожують банкрутством або порушенням нормального функціонування [13].

Правомірність такого підходу можна підтвердити ефективністю результатів управлінських рішень шляхом зіставлення рівня витрат ресурсів і ступеня досягнення цілей. При цьому важливо підкреслити, що однією з цілей антикризового управління є збереження своєї ідентичності і нівелювання диспропорції внутрішніх і зовнішніх параметрів підприємства.

Враховуючи різноманітність кризових явищ та багатоваріантність їх прояву, можуть реалізовуватися різні концепції здійснення антикризового управління по відношенню до окремих параметрів кризи (рис. 2).

У тих випадках, коли на підприємстві виникла кризова ситуація, антикризове управління передбачає наступні дії:

- безпосереднє реагування на виникнення кризової ситуації, включаючи дії щодо запобігання збиткам і власне ліквідації кризової ситуації (забезпечення мінімально необхідної життєдіяльності найважливіших систем підприємства);
- пом'якшення та усунення наслідків кризової ситуації за рахунок здійснення компенсаційних і відновлювальних заходів;
- проведення стабілізаційних заходів;

- створення спеціальної інформаційно-комунікативної мережі зв'язків, що охоплює інформаційні потоки зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства;
- перерозподіл обов'язків вищого керівництва: одна група менеджерів повинна здійснювати контроль і підтримку морального клімату на підприємстві, інша – підтримувати за будь-яких обставин звичайну роботу з мінімальним рівнем зривів. Спеціальна група менеджерів повинна займатися розробкою і прийняттям антикризових заходів для виходу із кризової ситуації.

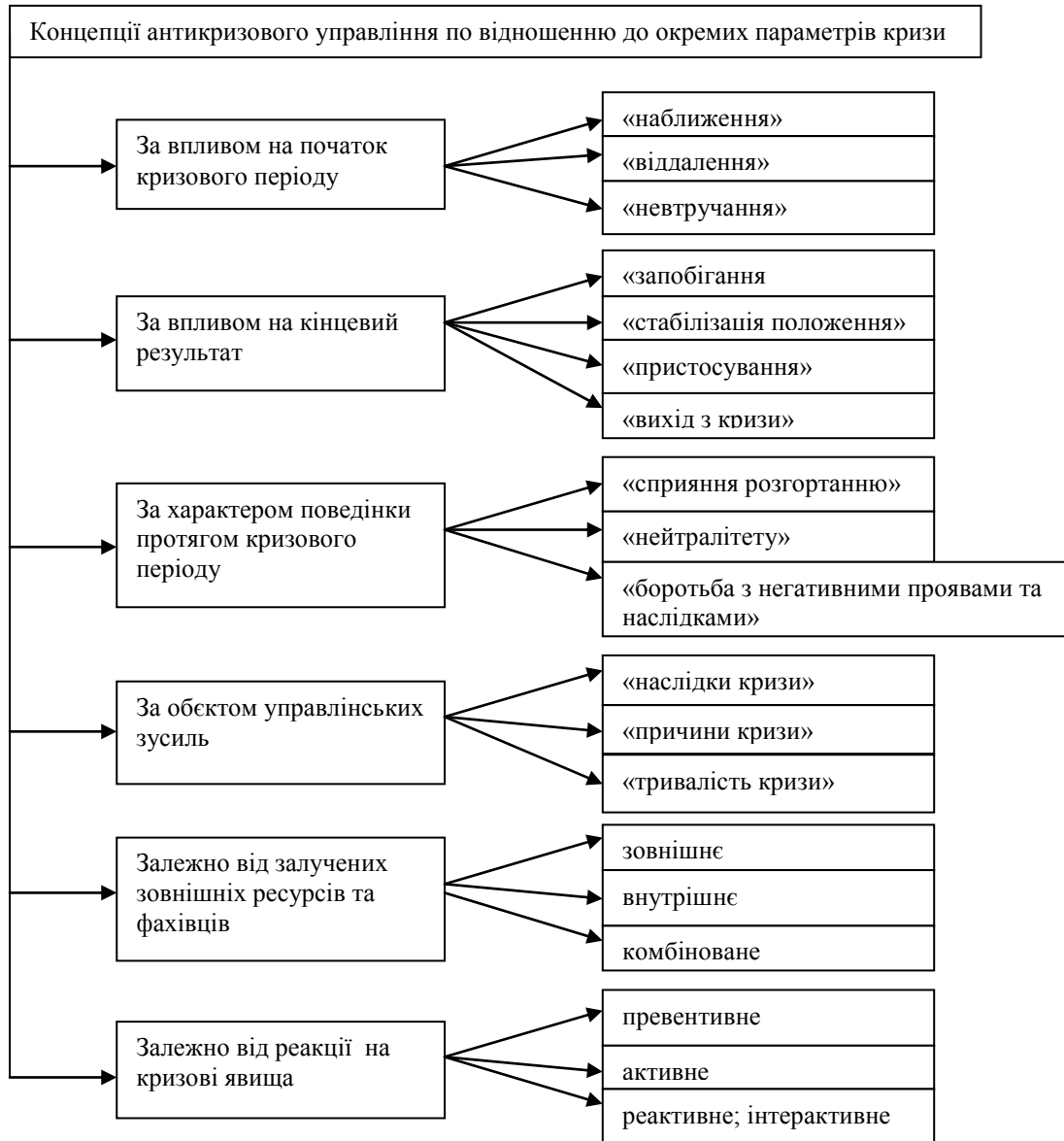


Рис. 2. Класифікація концепцій здійснення антикризового управління по відношенню до окремих параметрів кризи (розроблено авторами на основі [4, с.64–68])

Варто зазначити, що в основі специфічних функцій антикризового управління лежать загальні функції менеджменту. З цих позицій доцільно визначити, що антикризове управління істотно відрізняється від традиційного управління підприємствами, має свою специфіку, що пов'язана з суттєвими змінами в умовах діяльності підприємства, так само з непередбачуваністю ситуації, новими управлінськими проблемами, асиметрією інформації, способами руху ресурсів, можливостями щодо ступеню керованості процесів. Для того, щоб більш повно розуміти відмінності традиційного і антикризового управління зробимо порівняльну характеристику, яка відображає як спільні, так і відмінні риси, її представлено в табл. 1.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика традиційного та антикризового управління
(розроблено авторами на основі [10, с.130–134])

Характеристики управління	Традиційне управління	Антикризове управління
1	2	3
Умови діяльності підприємства	невисокий темп змін, передбачуваність ситуацій, управлінські проблеми повторюються	високий темп змін, непередбачуваність ситуацій, нові управлінські проблеми
Мета та задачі діяльності підприємства	отримання максимального прибутку	ліквідація причин кризових тенденцій або їх наслідків при мінімізації часу та витрат
Об'єкт управління	організаційно відокремлена ланка або процес, які є основою цілеспрямованого управлінського впливу	кризові ситуації в діяльності підприємства, зокрема причини їх виникнення, розвиток, заходи щодо їх запобігання
Функції управління	планування; організація; координація; мотивація та контроль за виконанням цілей	функції традиційного управління та специфічні функції, пов'язані з безпосередньою метою здійснюваних заходів
Організаційна структура управління	стабільна або екстенсивно змінювана з чітко окресленими функціями на довгостроковий період, вузька функціональна спрямованість	гнучка, змінювана у відповідності до антикризових пріоритетів без чіткого розподілу функцій надовгостроковий період
Стиль керівництва	демократичний	демократичний з елементами авторитарного
Організація та акумуляція ресурсів для досягнення поставлених задач	жорстка структура	гнучка структура на основі розподілу ресурсів відповідно до антикризових пріоритетів
Характер управлінської інформації	регламентовані інформаційні потоки, надлишок інформації	залежність інформаційних потоків від кризової ситуації, що складається; недостатня, недостовірна інформація
Характер прийняття управлінських рішень	рішення приймаються зважено в рамках курсу стратегії та місії підприємства	швидкість рішень залежить від характеру та масштабу розгортання кризових явищ
Спосіб вирішення управлінських проблем	реакція у відповідь на проблему, що виникла, орієнтація на минулий досвід	передбачення та можливе уникнення проблем, орієнтація на творчий пошук та нові підходи
Система заохочень	заохочення за стабільність та ефективність	заохочення за ініціативу, ситуаційне заохочення

Графічно поєднання стратегічного і тактичного підходу до антикризового управління може бути представлено у вигляді областей запобігання, недопущення і виходу із кризи (рис. 3).

Як видно із рис. 3, в області $[t_0, t_1]$ інтенсивність наростання кризових явищ незначна, що може викликати неадекватну реакцію керівництва виробничої системи на слабкі сигнали щодо виникнення неблагополучних тенденцій у зовнішньому і внутрішньому середовищі фірми. Інакше кажучи, на ці сигнали просто ніяк не звернуть уваги, мотивуючи це необхідністю рішення найважливіших поточних (невідкладних) питань з реалізації місії фірми. Недостатня увага до слабких сигналів, що поступають на цій стадії, може викликати важкі стратегічно важливі наслідки для фірми.

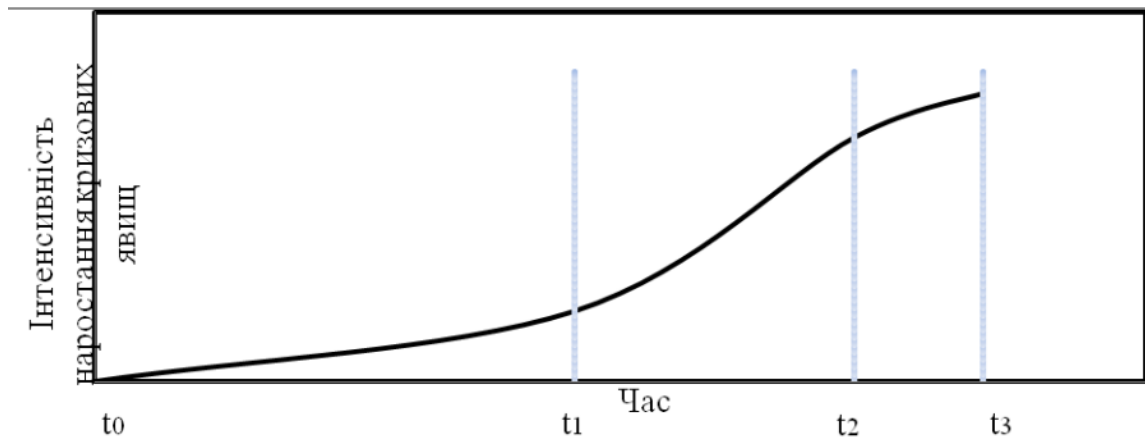


Рис. 3. Інтенсивність наростання кризових явищ [11]

Де: t_0 – момент вибору місії фірми;

$[t_0, t_1]$ – сфера стратегічних рішень з метою запобігання кризовому стану;

$[t_1, t_2]$ – сфера надзвичайних тактичних рішень з метою недопущення кризового стану;

$[t_2, t_3]$ – сфера тактичних рішень з метою недопущення кризового стану.

У області $[t_1, t_2]$ відбувається кумулятивне наростання інтенсивності негативних дій, що ведуть до швидкого банкрутства. У області $[t_2, t_3]$ знайдений фактичний кризовий стан, в яке потрапило підприємство. Цей висновок зроблений на основі аналізу чергового балансу, фіксує стан неспроможності (банкрутства) підприємства. Таким чином, зміст антикризового управління підприємством полягає не тільки в ліквідації зовнішніх ознак, недопущенні подальшого поглиблення кризи, але і відновленні здатності підприємства як мікроекономічної системи до самоорганізації, підтримки її внутрішнього та зовнішнього середовища.

Розглянемо шляхи подолання кризи на прикладі підприємства ПАТ «Запоріж-трансформатор». Головною метою формування та реалізації механізму антикризового управління підприємством є:

- усунення причин появи та розгортання кризи на підприємстві;
- ефективна реалізація стабілізаційного механізму антикризового управління;
- недопущення необхідності застосування радикального механізму антикризового управління.

Ключові завдання визначені метою та полягають у наступному:

- стабілізація діяльності;
- недопущення розвитку (поглиблення) кризи;
- недопущення порушення справи про банкрутство (мирова угода): пошук ліквідних засобів для виконання негайних фінансових зобов'язань;
- залучення нового зовнішнього капіталу для одержання тимчасової відстрочки або пролонгація раніше отриманих кредитів і позичок.

Рівні управління задіяні в реалізації антикризових заходів у наступному порядку: тактичний, оперативний та стратегічний.

Відповідальними особами рекомендовано призначити:

- юридичний відділ;
- економічний відділ (тактичний рівень);
- заступник голови правління з економіки та фінансів (оперативний рівень);
- голова правління (стратегічний рівень).

Доцільним є комплексне використання функції антикризового управління. Інформаційним забезпеченням оцінки ефективності антикризових заходів є аналіз

фінансових показників діяльності підприємства та використання методик оцінки ймовірності банкрутства.

Рекомендуємо наступні методи досягнення поставлених цілей за групами факторів впливу в процесі реалізації антикризового управління, що наведені нижче.

Для показників групи «Ліквідність»:

- підтримання платоспроможності за рахунок контролю за розрахунками покупців;
- досягнення ритмічності грошових потоків;
- обмеження росту поточних зобов'язань;
- нарощення частки швидколіквідних активів.

Для показників групи «Фінансова стійкість»:

- нарощування нерозподіленого прибутку;
- оновлення основних виробничих фондів за рахунок оренди (лізингу), контроль динаміки короткострокових зобов'язань;
- формування резервних фондів накопичення;
- обмеження росту обсягів короткострокових пасивів порівняно з довгостроковими;
- підвищення результативності поточної виробничої діяльності;
- підтримання платоспроможності за рахунок контролю за розрахунками покупців.

Для групи «Ділова активність»:

- оптимізація цінової політики;
- проведення глибокого дослідження собівартості витрат;
- підтримання платоспроможності за рахунок контролю за розрахунками покупців;
- покриття збитків, недопущення їх накопичення;
- жорсткий контроль витрат;
- збільшення частки власного капіталу в оборотних коштах;
- підтримання платоспроможності за рахунок контролю за розрахунками покупців;
- контроль якості продукції;
- прискорене погашення дебіторської заборгованості;
- скорочення обсягів фінансових операцій на найбільш ризикованих напрямках фінансової діяльності підприємства;
- зменшення операційного циклу, що зменшить часовий лаг між надходженнями комплектуючих, сировини і реалізацією готової продукції;
- підвищення фондівіддачі, крім збільшення обсягу реалізованої продукції, за рахунок невисокої питомої ваги основних засобів їхнього більш технологічного рівня;
- фінансування необхідного приросту оборотних та необоротних активів для забезпечення високих темпів росту обсягів виробництва та реалізації.

Для групи «Якість менеджменту»:

- диверсифікація постачальників;
- підвищення інтенсивності використання ресурсів;
- розробка та запровадження програми лояльності;
- аналіз діяльності юридичного відділу;
- освоєння нових технологій;
- підвищення заробітної плати;
- розвиток, навчання та визнання.

Критерієм досягнення цілей (результативністю) є досягнення бажаних оптимальних значень інтегральних показників за групами.

Визначені положення можуть стати підґрунтям для вибору системи локальних та загальних антикризових заходів для реалізації ефективного механізму антикризового управління, за допомогою яких можуть оцінюватися альтернативні антикризові пропозиції та формуватися висновки стосовно ефективності антикризового управління підприємством в цілому.

Зокрема, на ПАТ «ЗТР» в межах реалізації стабілізаційного (радикального) механізму запропоновано зменшення браку на 2%; зменшення циклу обертання запасів (до 210 дн.);

зменшення оборотності дебіторської заборгованості; зменшення оборотності готової продукції; підвищення ефективності використання основних засобів, що дозволило отримати зменшення втрат та браку в процесі виробництва на 2%, зменшення прямих виробничих витрат на 1,26% знизити значення інтегрального показника ефективності механізму антикризового управління на 0,283. Тобто відбулося зменшення імовірності переходу до стану кризи платоспроможності.

Таким чином, дослідження свідчить про те, що позитивний ефект досягається завдяки локальному впливу на антикризові заходи, враховуючи критичні значення фінансових показників та реальні можливості підприємства.

Висновки і перспективи подальших розробок. На основі аналізу і узагальнення теоретичних та емпіричних досліджень виявлено особливості управління підприємством в умовах кризи, яка характеризується здатністю призводити до підвищення ризику ймовірності банкрутства і впливати на міру накопичення антикризового потенціалу підприємства під впливом негативної направленості дії сукупності соціальних та економічних чинників. Такий її характер обумовлює необхідність уточнення економічного змісту антикризового управління як процесу, спрямованого на виявлення, недопущення та усунення кризових явищ шляхом реалізації відповідних функцій на стратегічному та тактичному рівнях. Це дозволяє виокремити відмінності антикризового управління від традиційного та орієнтувати стратегію розвитку підприємства на динамічну діагностику кризових явищ з урахуванням інструментів управління ними.

На основі узагальнення особливостей та умов, що визначають ефективність функціонування механізму антикризового управління на підприємствах машинобудування відокремлено такі як: велика тривалість операційного циклу; висока швидкість обертання грошей; наявність періодів дефіцитного фінансування діяльності порівняно з іншими промисловими підприємствами. Це є базисом формування механізму антикризового управління, реалізація якого потребує в процесі здійснення антикризових заходів урахування таких напрямів її підвищення, до яких віднесено своєчасне діагностування кризи шляхом агрегування основних показників фінансового стану, врахування впливу нефінансових показників на розгортання кризи та особливостей структури фінансового циклу підприємств машинобудування.

У результаті проведеного дослідження вирішені завдання, спрямовані на поглиблення та розвиток теоретико-методичних положень та обґрунтування практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності механізму антикризового управління на підприємствах машинобудування.

Література

1. Адонін С. Теоретичні підходи до побудови системи антикризового управління підприємством // *Економічний аналіз*. 2011. Вип. 8. Ч. 2. С. 19–22.
2. Багацький В. М., Гетманцева Н. Д. Антикризове управління підприємством / За заг. ред. З. Є. Шериньової. К.: КНЕУ, 2007. 680 с.
3. Белінський П. І. Управління фінансовою діяльністю в операційному менеджменті. Чернівці: Рута, 2004. 72 с.
4. Булович Т. В. Санаційний потенціал як передумова виживання підприємства // *Сталий розвиток України*. 2010. № 2. С. 64–68.
5. Вера Г. К. Производственный, операционный и финансовый циклы организации. URL: http://www.elitarium.ru/2013/06/26/proizvodstvennyj_operacionnyj_finansovyj_cikly (дата обращения: 10.01.2018).
6. Дмитренко А. І. Стратегії антикризової діяльності промислових підприємств // *Вісник Криворізького економічного інституту КНЕУ*. 2009. № 4 (20). С. 49–53.
7. Дудукало Г. О. Ключові аспекти формування ефективного механізму управління підприємством // *Сучасні підходи до управління підприємством: матеріали II наук.-практ. конф. студентів, аспірантів та молодих вчених (Київ, 28 квітня 2011 р.)*. С. 68.

8. Занора В. О. Стан підприємств машинобудівної галузі України // *Сталий розвиток економіки. Економіка та управління національним господарством*. 2011. № 3. С. 37–41.
9. Картохіна Н. В. Оцінка ефективності антикризових рішень // *Проблеми системного підходу в економіці*. 2008. Вип. 4. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/index.html> (дата звернення: 16.01.2018).
10. Квасницька Р. С., Кордонець І. М. Етапність проведення діагностики кризового стану та ймовірності банкрутства підприємства // *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. № 2. Т. 3. С. 130–134.
11. Концепція загальнодержавної цільової економічної програми розвитку промисловості на період до 2020 року. URL: <http://industry.gov.ua/static/promuslova-polituka-ukainu/inforpravovi-aktu> (дата звернення: 23.01.2018).
12. Коротаєва Ю. Перспективи та проблеми машинобудування // *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2012. Вип. 1 (6). С. 82–90. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2012/12kyvtpr.pdf> (дата звернення: 08.02.2018).
13. Офіційний сайт Державного департаменту з питань банкрутства Міністерства економіки України. URL: http://sdb.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=47511&cat_id=38904 (дата звернення: 11.02.2018).
14. Офіційний сайт Міністерства юстиції України. URL: <http://www.minjust.gov.ua> (дата звернення: 03.02.2018).
15. Погребняк А. Ю. Порівняльний аналіз методик оцінки ймовірності банкрутства в системі антикризового управління на підприємстві // *Бізнес Інформ*. 2014. № 7. С. 344–352. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_7_61 (дата звернення: 09.02.2018).

References

1. Adonin, S. (2011). Theoretical approaches to building an enterprise crisis management system [Teoretychni pidkhody do pobudovy systemy antykryzovoho upravlinnia pidpriemstvom], *Ekonomichnyi analiz*, Vyp. 8, Ch. 2, s. 19–22 [in Ukrainian]
2. Bahatskyi, V. M., Hetmantseva, N. D. (2007). Anticrisis management of the enterprise. Ed. by Z. Ye. Shershneva [Antykryzove upravlinnia pidpriemstvom; za red. Z. Ye. Shershniiov], KNEU, Kyiv, 680 s. [in Ukrainian]
3. Belinskyi, P. I. (2004). Management of financial activity in operational management [Upravlinnia finansovoiu diialnistiu v operatsiinomu menedzhmenti], Ruta, Chernivtsi, 72 s. [in Ukrainian]
4. Bulovych, T. V. (2010). Sanation potential as a prerequisite for enterprise survival [Sanatsiinyi potentsial yak peredumova vyzhyvannia pidpriemstva], *Stalyi rozvytok Ukrainy*, No. 2, s. 64–68 [in Ukrainian]
5. Vera, G. K. Manufacturing, operational and financial cycles of the organization [Proizvodstvennyy, operatsionnyy i finansovyy tsikly organizatsii], available at: http://www.elitarium.ru/2013/06/26/proizvodstvennyj_operacionnyj_finansovyj_cikly [in Russian]
6. Dmytrenko, A. I. (2009). Strategies of anti-crisis activity of industrial enterprises [Stratehii antykryzovoi diialnosti promyslovykh pidpriemstv], *Visnyk Kryvorizkoho ekonomichnoho instytutu KNEU*, No. 4 (20), s. 49–53 [in Ukrainian]
7. Dudukalo, H. O. (2011). Key aspects of forming an effective enterprise management mechanism [Kliuchovi aspekty formuvannia efektyvnogo mekhanizmu upravlinnia pidpriemstvom], *Suchasni pidkhody do upravlinnia pidpriemstvom: materialy II naukovopraktychnoi konferentsii studentiv, aspirantiv ta molodykh vchenykh*, Kyiv, 28 kvitnia 2011 roku, s. 68 [in Ukrainian]
8. Zanova, V. O. (2011). The state of the machine-building industry enterprises of Ukraine [Stan pidpriemstv mashynobudivnoi haluzi Ukrainy], *Stalyi rozvytok ekonomiky. Ekonomika ta upravlinnia natsionalnym hospodarstvom*, No. 3, s. 37–41 [in Ukrainian]
9. Kartokhina, N. V. (2008). Evaluating the effectiveness of anti-crisis solutions [Otsinka efektyvnosti antykryzovykh rishen], *Problemy systemnoho pidkhodu v ekonomitsi*, Vyp. 4, available at: <http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/index.html> [in Ukrainian]

10. Kvasnytska, R. S., Kordonets, I. M. (2011). The stage of the diagnostics of crisis situation and the probability of the enterprise bankruptcy [Etapnist provedennia diahnostyky kryzovoho stanu ta imovirnosti bankrutstva pidpriemstva], Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu, No. 2, T. 3, s. 130–134 [in Ukrainian]
11. Concept of the national target economic program development of industry for the period till 2020 [Kontseptsiiia zahalnodержavnoi tsiliovoi ekonomichnoi prohramy rozvytku promyslovosti na period do 2020 roku], available at: <http://industry.gov.ua/static/promuslova-polituka-ukainu/info-pravovi-aktu> [in Ukrainian]
12. Korotayeva, Yu. (2012). Prospects and problems of machine building [Perspektyvy ta problemy mashynobuduvannia], Sotsialno-ekonomichni problemy i derzhava, Vyp. 1 (6), s. 82–90, available at: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2012/12kyvtpm.pdf> [in Ukrainian]
13. Official site of the State Department for Bankruptcy of the Ministry of Economy of Ukraine [Ofitsiinyi sait Derzhavnoho departamentu z pytan bankrutstva Ministerstva ekonomiky Ukrainy], available at: http://sdb.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=47511&cat_id=38904 [in Ukrainian]
14. Official site of the Ministry of Justice of Ukraine [Ofitsiinyi sait Ministerstva yustytzii Ukrainy], available at: <http://www.minjust.gov.ua> [in Ukrainian]
15. Pohrebniak, A. Yu. (2014). Comparative analysis of methods for assessing the probability of bankruptcy in the system of crisis management at the enterprise [Porivnialnyi analiz metodyk otsinky imovirnosti bankrutstva v systemi antykryzovoho upravlinnia na pidpriemstvi], Biznes Inform, No. 7, s. 344–352, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_7_61 [in Ukrainian]

***БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК,
АНАЛІЗ ТА АУДИТ***

УДК 657.633

Ольга Миколаївна СТАРЕНЬКА

викладач кафедри бухгалтерського обліку та аудиту, Одеський національний
економічний університет, Україна, e-mail: starenkajaolja@rambler.ru,
ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0003-4098-9872>

МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ЗДІЙСНЕННЯ ОПЕРАТИВНОГО КОНТРОЛЮ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Старенька, О. М. Методичні основи здійснення оперативного контролю на промислових підприємствах // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць (ISSN 2313-4569); за ред. М. І. Зверякова (голов. ред.) та ін. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2018. № 1 (65). С. 175–185.

Анотація. У статті розглянуто організаційні та методичні підходи до формування системи внутрішнього та, зокрема, оперативного контролю на промислових підприємствах. Виявлено особливості оперативного контролю, сформульовано головні ознаки, що виділяють його серед інших видів контролю. Визначено, що система оперативного контролю має бути гнучкою і при зміні зовнішніх та внутрішніх умов функціонування підприємства оперативно налаштовуватися до вирішення нових завдань. Уточнено головні елементи системи оперативного контролю та визначено їх сутність. Проаналізовано систему внутрішнього та, зокрема, оперативного контролю на промислових підприємствах, а також виявлено головні причини її відсутності на багатьох із них. Запропоновано розробити механізм здійснення оперативного контролю, визначити виконавців, затвердити регламентне забезпечення, в якому описати їх обов'язки, завдання та відповідальність. Обґрунтовано, що ефективність системи внутрішнього контролю, зокрема оперативного, пов'язана з тим наскільки вона підпорядкована внутрішньому регламенту та методиці її здійснення.

Ключові слова: контроль; внутрішній контроль; оперативний контроль; промислове підприємство; система внутрішнього контролю; елементи системи внутрішнього контролю; регламентне забезпечення.

Ольга Николаевна СТАРЕНЬКАЯ

преподаватель кафедры бухгалтерского учёта и аудита, Одесский национальный
экономический университет, Украина, e-mail: starenkajaolja@rambler.ru,
ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0003-4098-9872>

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОПЕРАТИВНОГО КОНТРОЛЯ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Старенькая, О. Н. Методические основы осуществления оперативного контроля на промышленных предприятиях // Вестник социально-экономических исследований: сб. науч. трудов (ISSN 2313-4569); под ред. М. И. Зверякова (гл. ред.) и др. Одесса: Одесский национальный экономический университет. 2018. № 1 (65). С. 175–185.

Аннотация. В статье рассмотрены организационные и методические подходы к формированию системы внутреннего и, в том числе, оперативного контроля на промышленных предприятиях. Выявлены особенности оперативного контроля, сформулированы главные признаки, которые выделяют его среди других видов контроля. Определено, что система оперативного контроля должна быть гибкой и при изменении внешних и внутренних условий функционирования предприятия оперативно приспосабливаться к решению новых заданий. Уточнены главные элементы системы оперативного контроля и определена их сущность. Проанализирована система внутреннего и, в том числе, оперативного контроля на промышленных предприятиях, а также выявлены главные причины её отсутствия на многих из них. Предложено разработать механизм осуществления оперативного контроля, определить исполнителей, утвердить регламентное обеспечение, в котором описать их обязанности, задания и ответственность. Обосновано, что эффективность системы внутреннего контроля, в том числе оперативного, связана с тем, насколько она подчинена внутреннему регламенту и методике её осуществления.

Ключевые слова: контроль; внутренний контроль; оперативный контроль; промышленное предприятие; система внутреннего контроля; элементы системы внутреннего контроля; регламентное обеспечение.

Olga STARENKA

Lecturer of Accounting and Auditing Department, Odessa National Economic University, Ukraine,
e-mail: starenkajaolja@rambler.ru, ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0003-4098-9872>

METHODICAL BASES OF IMPLEMENTATION OF OPERATIONAL CONTROL IN INDUSTRIAL ENTERPRISES

Starenka, O. (2018). Methodical bases of implementation of operational control in industrial enterprises. Ed. M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Metodychni osnovy zdiisnennia operatyvnoho kontroliu na promyslovykh pidpriemstvakh; za red.: M. I. Zveriyakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulltin; Visnik socialno-ekonomichnih doslidzen (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 1 (65), pp. 175–185.

Abstract. The article considers organizational and methodological approaches to the formation of the internal control system, including operational control at industrial enterprises. The features of operational control are revealed, its main features are formulated, which distinguish it among other types of control. It is determined that the operational control system should be flexible. If the external and internal conditions of functioning of the enterprise change, it must adapt quickly to the fulfillment of new tasks. The main elements of the operational control system are specified and their essence is determined. The system of internal control, including operational control at industrial enterprises, is analyzed and the main reasons for its lack in many of them are revealed. It is proposed to develop a mechanism for the implementation of operational control, to identify executors, to approve regulatory support, in which their duties, tasks and responsibilities should be described. It is substantiated that the effectiveness of the internal control system, including the operational one, is related to the degree to which it is subject to the internal regulations and the methodology of its implementation.

Keywords: control; internal control; operational control; industrial enterprise; internal control system; elements of the internal control system; regulatory support.

JEL classification: M420

Постановка проблеми у загальному вигляді. Умови функціонування сучасних промислових підприємств потребують удосконалення процесів управління, і перш за все його функцій: планування, обліку, регулювання та контролю, що є інформаційною базою здійснення аналізу та прийняття оперативних рішень. Але контроль як функція управління часто має нерегулярний характер і є малоефективним. Це пов'язано з тим, що на промислових підприємствах недостатньо уваги приділяється організації та здійсненню внутрішнього контролю. Також недостатньо розроблені наукові та методичні підстави для здійснення цієї функції управління.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Різні аспекти, що пов'язані з теоретичними питаннями внутрішнього контролю, розглянуто в працях таких вітчизняних вчених, як В. Ф. Максимова [1], С. М. Петренко [2], В. П. Пантелєєв [3], зокрема оперативного контролю С. А. Кошкарєва, В. І. Бачинського, П. О. Куцик [4], К. П. Мельник [5].

При вивченні досягнень вітчизняних вчених виявлено, що недостатньо приділено уваги формуванню саме ефективної системи оперативного контролю на сучасному промисловому підприємстві.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Варто зазначити, що й дотепер не існує єдиного підходу до порядку організації та здійснення внутрішнього контролю на промислових підприємствах приватного сектору. Це пов'язано з тим, що на законодавчому рівні на сьогодні не визначено, що таке внутрішній контроль та як він має здійснюватися. У вітчизняній практиці не існує належної законодавчої регламентації внутрішнього контролю. Стосовно оперативного контролю, то деякі керівники навіть не замислювалися, що це таке і навіщо необхідно його здійснювати. Відсутність єдиного наукового підходу щодо методики здійснення внутрішнього та, зокрема, оперативного контролю на промислових підприємствах, свідчить про незавершеність наукового пошуку проблемних аспектів теорії та практики за цією проблематикою.

Постановка завдання. Головною метою статті є розробка організаційних і методичних підходів до формування системи внутрішнього контролю, зокрема оперативного, що забезпечить ефективне управління промисловим підприємством.

Відповідно до цілей можна сформулювати такі завдання:

- виявлення особливостей системи оперативного контролю на промислових підприємствах;
- розробка базових положень щодо створення системи оперативного контролю.

Виклад основного матеріалу дослідження. Внутрішній контроль є однією із функцій управління, що здійснює зворотній зв'язок між об'єктом та суб'єктом управління та надає інформацію про фактичний стан об'єкта і виконання управлінських рішень. «Внутрішній контроль – це процес, який забезпечує відповідність функціонування конкретного об'єкта прийнятим управлінським рішенням і спрямований на успішне досягнення поставленої мети» [6, с.32]. Головне його завдання полягає у своєчасному наданні інформації управлінському персоналу про всі відхилення, що відбуваються у фінансово-господарській діяльності підприємства.

Контроль по відношенню до часу здійснення господарської операції, можна умовно поділити на такі види: попередній, поточний та наступний. Залежно від цього можна виділити цілі, які повинні бути поставлені перед системою контролю у кожному із цих режимів.

Попередній контроль використовується до початку господарських операцій. За його допомогою визначається необхідність та можливість досягнення поставленої мети при виконанні операції, що планується, а також досягнення якісних, кількісних та структурних характеристик оптимального варіанту очікуваного результату. В процесі попереднього контролю перевіряється правильність виконання поставлених завдань, достовірність та точність зроблених прогнозів, можливість забезпечення ресурсами операцій, що плануються. Його завданням є уточнення доцільності та законності здійснення операцій.

Поточний контроль використовується від початку практичного здійснення господарської операції до моменту досягнення необхідного результату. У процесі поточного контролю здійснюється вимірювання, порівняння, оцінка контрольованого об'єкту, а також розробляються та виконуються коригуючі дії, які дозволяють у визначений термін та з необхідною якістю досягнути запланованих кінцевих результатів. Відмінною рисою поточного контролю є безперервне спостереження за станом контрольованого об'єкту. Поточний контроль в процесі перетворення забезпечує відповідність якості продукту або послуги нормам та нормативам. Цей вид оперативного контролю значною мірою залежить від зворотного зв'язку.

Наступний контроль вивчає та оцінює показники процесів, що вже відбулися, та забезпечує управління інформацією для здійснення перспективного планування.

В управлінні економічними об'єктами важливі всі стадії контролю, але суттєве значення належить попередньому та поточному, так як дозволяє здійснювати превентивне регулювання допущених недоліків.

Необхідно визначити, що пріоритетне значення все ж таки повинно належати попередньому контролю, тому що потрібно у всіх випадках попередити виникнення відхилень.

Зроблені уточнення мають реальне практичне значення. Вони орієнтують авторів, які займаються розробкою системи оперативного управління, на взаємопроникнення функцій контролю та регулювання, на їх глибоку інтеграцію завдяки зміщенню центрів контролю з центрів прийняття оперативних рішень.

Отже, оперативний контроль має бути систематичним, динамічним. Це сприятиме раціональній організації реалізації управлінських рішень, їх якісному виконанню. Все це має бути передумовою ефективності всієї системи оперативного контролю.

Важливим моментом при визначенні оперативного контролю є розуміння того, що він функціонально приналежний до внутрішнього. «Оперативний контроль є невід'ємною частиною господарського та внутрішнього контролю, оскільки забезпечує ефективне

досягнення накреслених цілей шляхом реалізації прийнятих управлінських рішень у процесі виконання поставлених завдань». Його роль полягає «у постійній присутності в ході виникнення окремих подій або явищ, а також своєчасній оцінці при появі відхилень чи інших недоліків господарювання» [7, с.488–489].

Головними ознаками, що виділяють оперативний контроль серед інших видів контролю є: терміни здійснення – здійснюється у процесі кожної господарської операції в самі короткі терміни; сфера об'єктів – це об'єкти, що мають значення для користувачів у процесі щоденного управління; часові інтервали здійснення. Також оперативний контроль є складовою інших підсистем контролю, що пояснюють наступним чином: ефективність фінансового контролю, а саме виконання фінансових операцій та планів, забезпечується своєчасною оцінкою законності, доцільності та правильності отриманих доходів, здійснених витрат, проведених розрахунків в процесі їх здійснення; результативність адміністративного контролю можливатиме за умови постійного контролю за виконанням функціональних обов'язків, повноважень керівниками та службовцями; постійної уваги потребує несанкціоноване делегування повноважень в ході нормального операційного циклу; оперативний контроль виконує стимулюючу функцію при запровадженні мотиваційних програм; доцільність контролю виробництва забезпечується можливістю попередити виникнення невиправданих витрат, в період здійснення господарських операцій, а не після їх завершення [7, с.489].

Дослідження економічної літератури показало, що більшість науковців розглядають систему внутрішнього контролю, використовуючи основні компоненти моделі внутрішнього контролю, що запропонована Комітетом спонсорських організацій Комісії Тредвея (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission, далі – COSO), опублікованої в США в 1992 г. в Інтегрованій концепції внутрішнього контролю (Internal Control–Integrated Framework). Ця модель призначена для оцінки внутрішнього контролю. Вона була визнана як загальноприйнята структура внутрішнього контролю та остаточний стандарт, за яким організації вимірюють ефективність своїх систем внутрішнього контролю. Ця модель містить п'ять взаємопов'язаних компонентів:

- середовище контролю – стиль управління, цілісність, етичні цінності, організаційна структура, делегування повноважень, розподіл відповідальності та професійна компетентність. Середовище контролю формує відношення керівництва до здійснення контролю та дії, що необхідно вживати у зв'язку з цим;
- оцінка ризиків – ідентифікація ризиків, аналіз ризиків, управління ризиками, впровадження механізмів виявлення спеціальних ризиків. Ризики аналізуються з урахуванням ймовірності їх виникнення та ступеню впливу з метою визначення дій щодо управління ними. Вони оцінюються з точки зору притаманного та остаточного ризиків;
- заходи контролю (контрольні процедури) – контроль поточної діяльності, проведення перевірок, розподіл повноважень, видача дозволів, підтверджень, гарантія безпеки активів. Політики та процедури, що розроблені та встановлені таким чином, щоб забезпечувати «розумну» гарантію того, що реагування на ризик, який виникає, здійснюється ефективно та своєчасно;
- інформація та комунікації – оперативна, фінансова інформація, виконання встановлених норм, ефективний обмін інформації. Необхідна інформація визначається, фіксується і передається у такій формі та у такі терміни, які дозволяють працівникам виконувати їх функціональні обов'язки;
- моніторинг – управління та нагляд. Весь процес управління ризиками організації відстежується та за необхідності коригується [8, с.4–5].

Ці компоненти працюють над створенням підґрунтя для належного внутрішнього контролю всередині компанії шляхом спрямованого лідерства, спільних цінностей та культури, яка підкреслює відповідальність за контроль. Різні ризики, що стоять перед компанією, визначаються та оцінюються на регулярній основі на всіх рівнях та за всіма функціями організації. Контрольні заходи та інші механізми активно розробляються для

вирішення та пом'якшення значних ризиків. Інформація, що важлива для визначення ризиків та досягнення бізнес-цілей, передається через встановлені канали вгору, вниз і через підприємство. Вся система внутрішнього контролю постійно контролюється, і проблеми вирішуються своєчасно.

Більшість вітчизняних науковців виділяють такі елементи, як система обліку, контрольне середовище та контрольні процедури.

Система обліку – це інформаційна база для здійснення контролю, тому вона має надавати необхідну інформацію про всі господарські операції, що відбуваються на підприємстві. Отже, необхідно вдосконалювати оперативний облік і запроваджувати нові форми оперативної звітності для проведення оперативного контролю операцій з надходження, руху та використання ресурсів.

Контрольне середовище має безпосередній вплив на використання засобів контролю. Воно впливає на загальну атмосферу на підприємстві, що сприяє кращому розумінню та виконанню процедур контролю її співробітниками, та є базисом для всіх інших елементів внутрішнього контролю [9].

Достатньо уваги необхідно приділити процедурам контролю. Вони мають бути пов'язані між собою та систематизовані по рівням розподілу повноважень.

Процедури контролю – це заходи, пов'язані з перевіркою документів, витрат, майна, виконання планів та інструкцій, що здійснюються робітниками підприємства.

До процедур контролю відносять: підзвітність одних робітників іншим; внутрішню звірку та перевірку інформації щодо питань фінансово-господарської діяльності; порівняння фактичних результатів перерахунків грошових коштів, цінних паперів і товарно-матеріальних цінностей з даними обліку; порівняння внутрішньої та зовнішньої інформації; перевірку рахунків аналітичного обліку, оборотних відомостей та арифметичної точності записів; здійснення контролю за програмами та комп'ютерними прикладними системами, в тому числі за допомогою встановлення контролю за змінами комп'ютерних програм та за доступом до файлів даних, за правом доступу при введенні та виведенні інформації із системи; обмеження доступу до активів та бухгалтерських записів, порівняння та аналіз фінансових результатів з плановими показниками.

Отже, контрольне середовище має створювати атмосферу для того, щоб працівники могли здійснювати діяльність та виконувати свої обов'язки. Воно є основою інших елементів. В ньому керівники визначають ризики, що пов'язані з реалізацією поставлених цілей. Для досягнення певного результату використовуються контрольні дії. В процесі контролю накопичується інформація, що передається керівникам підприємства. Постійний нагляд здійснюється за процесом контролю. Так має бути, але у практичній діяльності система внутрішнього контролю одного промислового підприємства значно відрізняється від іншого тому, що вони відрізняються методикою та стилем управління, організаційно-правовою формою тощо.

Результати дослідження промислових підприємств показали, що на багатьох із них:

- не розробляється схема ведення контролю. Її відсутність є результатом ігнорування в його організації попереднього дослідження структури об'єкту та взаємозв'язку окремих його частин;
- відсутні стандарти, положення, посадові інструкції, що регламентують порядок ведення внутрішнього (оперативного) контролю;
- не існує внутрішніх нормативних документів, що зобов'язують робітників різних відділів та служб здійснювати контроль;
- функція оперативного контролю недостатньо взаємодіє з іншими функціями управління. Це призводить до несистемного ведення контролю, що не сприяє виявленню відхилень від норм, нормативів у всіх сферах діяльності, а також до недостатнього здійснення функцій оперативного регулювання, аналізу та планування, які мають впливати на відхилення в превентивному, поточному та послідовному режимах;
- не встановлено зв'язок контролю з часом здійснення господарських операцій;

- не існує окремого відділу, навіть посади, які займаються здійсненням тільки оперативного контролю.

Результати досліджень свідчать про те, що на підприємствах систематично не використовуються прийоми документального та фактичного контролю. На практиці не застосовують методи експертної оцінки, взаємні та зустрічні перевірки, що гальмує здійснення оперативного контролю об'єктів.

Головними причинами відсутності системи внутрішнього контролю є те, що більшість керівників підприємств не вважають за потрібне взагалі її створювати, а ті хто й замислюється над цим, вказують на відсутність практичних рекомендацій щодо її організації та значні недоліки у нормативно-правовій базі.

В організаційній структурі більшості підприємств відсутній відділ чи служба, що здійснюють безпосередній контроль та повинні збирати й опрацьовувати інформацію, готувати її для управлінців, які вже будуть приймати рішення. Відділ контролю має контролювати прийняття цих рішень та їх ефективність.

На промисловому підприємстві має бути така система внутрішнього контролю, яка буде реально оцінювати поточний стан, аналізувати проблеми, що виникають в його діяльності.

Головними причинами відсутності системи внутрішнього контролю на підприємстві є:

- гальмування інтеграції нової служби в існуючу на підприємстві організаційну структуру керівниками різних підрозділів, деякі з них не вважають необхідним змінювати схеми володіння інформацією, взаємодії підрозділів та втрачати свої власні повноваження. Вони не погоджуються надавати інформацію, що виробляється їх підрозділами, на загальне обговорення, щоб не втратити свої переваги в управлінні підприємством;
- немає дієвих інструментів для функціонування служби внутрішнього контролю на підприємствах, існують різні інформаційні системи, що в більшості випадків не пов'язані. Якщо нічого не змінювати і створити службу внутрішнього контролю, то вона буде займатися виключно тільки тим, що витратити час на знаходження та переробку інформації для створення звіту, актуальність якого може втратитися до моменту його створення. Для ефективної роботи служби необхідна комплексна інформаційна система;
- відсутність кваліфікованого персоналу. У вищих навчальних закладах немає спеціальності «контролер», тому важко знайти кваліфікованого спеціаліста. Не зважаючи на те, що випускники економічних ВНЗ одержують базові знання з економічних дисциплін, але цього недостатньо, необхідно мати практичний досвід і розуміти весь цикл процесів, що здійснюється на підприємстві від постачання іа виробництва до реалізації для того, щоб надати змістовну, вірну, оперативну інформацію, яка буде використана для прийняття оперативних рішень.

Отже, для того, щоб усунути всі ці причини необхідно:

- правильно спроектувати модель служби внутрішнього контролю та інтегрувати її в організаційну структуру підприємства;
- вибрати кваліфіковані кадри, сформувати команду;
- впровадити на підприємстві інформаційну систему внутрішнього контролю.

Про необхідність «створення інтегрованої інформаційної системи внутрішнього контролю на основі системного підходу з урахуванням інформаційних потреб всього управлінського апарату як єдиного цілого» наголошувалося у монографії С. М. Петренко [2, с. 275].

Вимоги щодо наявності у підприємства такої системи не регламентують порядок її побудови. «Головне – система внутрішнього контролю повинна відповідати характеру та складності діяльності та прийнятим ризикам. Для менеджменту важливо розподілити відповідальність між підрозділами, вбудовуючи контроль у їх поточну діяльність, і знати, де і які контрольні процеси встановлено і наскільки ефективно вони працюють» [10, с.114].

Отже, на промисловому підприємстві має бути добре сформована організаційна структура, що є головним напрямком у формуванні системи внутрішнього контролю. Вона має бути чутливою до змін зовнішнього середовища та здатною адаптуватися до них.

Тому при формуванні системи оперативного контролю необхідно детально вивчити внутрішні та зовнішні фактори, що впливають на діяльність промислового підприємства. До зовнішніх факторів варто віднести такі, як конкурентоспроможність продукції, циклічність діяльності, вартість сировини, матеріалів та енергоресурсів, технологію виробництва. Безпосередньо правові фактори: загальний рівень економіки; нормативно-правові акти, що регулюють діяльність галузі та враховують її особливості; оподаткування; державна політика.

До внутрішніх факторів належать: поточна виробнича діяльність, а саме порядок здійснення розрахунків з постачальниками та покупцями; цінова політика; порядок формування витрат і доходів; підбір персоналу та ін.

Отже, правильне формулювання внутрішніх і зовнішніх факторів, що впливають на діяльність промислових підприємств, дозволить на початковому етапі формування системи оперативного контролю визначити самі важливі об'єкти, що необхідно оперативно контролювати.

Дослідження теоретичних основ оперативного контролю та особливостей його проведення на промислових підприємствах визначає необхідність вдосконалення механізмів його здійснення.

Результати дослідження промислових підприємств свідчать про те, що на багатьох із них відсутнє регламентне забезпечення щодо його здійснення, що призводить до наступних недоліків у їх роботі:

- працівники виробничих підрозділів та адміністративний персонал недостатньо проінформовані про те, що вони щоденно мають проводити контрольні роботи;
- посадові особи, що наділені контрольними функціями, невідповідально ставляться до своїх службових обов'язків;
- деякі робітники та службовці не бажають використовувати у обліковій та контрольній роботі новітні технології;
- відсутні канали передачі оперативної інформації від цехів, де безпосередньо відбуваються виробничі процеси, до центрів реагування;
- недостатнє інформаційне забезпечення оперативного контролю призводить до того, що власники не отримують необхідну інформацію кожного дня.

Усі ці недоліки вказують на те, що власники та керівники промислових підприємств мають вжити заходів щодо забезпечення функціонування ефективного оперативного контролю, а саме: розробити механізм його здійснення, визначити виконавців, затвердити регламентне забезпечення, в якому описати їх обов'язки, завдання та відповідальність з метою раціонального використання всіх об'єктів оперативного контролю.

Тому вважаємо за доцільне розробити Положення про організацію оперативного контролю на промисловому підприємстві для налагодження постійної контрольної роботи, що дозволить позбавитися багатьох недоліків контрольного процесу.

В ньому необхідно обов'язково визначити:

1. Загальні положення щодо організації контролю: основні нормативні акти та методичні рекомендації; мету та завдання оперативного контролю; перелік суб'єктів оперативного контролю; осіб, що відповідають за організацію оперативного контролю в окремих підрозділах та взагалі по підприємству.
2. Організаційно-методичні аспекти оперативного контролю: визначити вимоги до організації оперативного контролю; розкрити аспекти здійснення його процедур. Важливо посилити контроль в тих підрозділах, що потребують постійного нагляду та цікавлять власників, адже являються важливими джерелами доходів та напрямками формування витрат.

3. Інформаційне забезпечення оперативного контролю: надається інформація про вимірники та показники, що характеризують стан підконтрольного об'єкту та використовуються суб'єктами оперативного контролю під час його здійснення. Своєчасне отримання керівниками інформації про стан справ сприятиме оперативному прийняттю важливих управлінських рішень.
4. Технічні аспекти оперативного контролю: перелік пристроїв та засобів передачі оперативної інформації та використання її центрами реагування.
5. Заключна частина: вказуються особи, що узгоджували зміст документу та посвідчили його своїми підписами. Сформовано перелік працівників підприємства, які ознайомлені з документом та мають дотримуватись його положень.

Отже, Положення про організацію оперативного контролю на промисловому підприємстві має сприяти ефективному здійсненню процесу контролю, врегулюванню проблемних питань проведення процедур контролю, визначенню структури та складу підконтрольних суб'єктів та об'єктів.

Для організації належної контрольної роботи на підприємстві необхідно запропонувати також використовувати такі внутрішні регламенти, як:

- Положення про відділ внутрішнього контролю – головний регламент, що визначає склад, організаційні засади функціонування відділу, взаємозв'язок між суб'єктами внутрішнього (оперативного) контролю.
- Посадові інструкції всіх працівників відділу внутрішнього контролю, де вказують завдання, права, відповідальність, посадові обов'язки, кваліфікаційні вимоги працівників.

Але необхідно доповнити чинні регламенти додатковими обов'язками та завданнями для працівників виробництва, що ґрунтуються безпосередньо на оперативній передачі даних про фактичний стан, використання, оприбуткування та зберігання підконтрольних об'єктів диспетчеру, що формує оперативні зведення, на основі яких вище керівництво та керівники структурних підрозділів можуть своєчасно приймати управлінські рішення.

Отже, запропоновані регламенти щодо організації оперативного контролю мають забезпечити раціональне використання ресурсів на промислових підприємствах, а їх виконання та дотримання має бути запорукою примноження та збереження майна власника.

Ефективне функціонування системи оперативного контролю залежить безпосередньо від методів та методичних прийомів, що застосовуються суб'єктами для його здійснення та стосовно яких об'єктів. Науковці у своїх дослідженнях виділяють значний перелік методів та прийомів контролю, але не всі вони використовуються на практиці.

Проаналізувавши використання методичних прийомів контролю на промислових підприємствах, пропонуємо виділити етапи їх застосування стосовно таких об'єктів, як господарські процеси: придбання необоротних та оборотних активів, виробництво та реалізація готової продукції та передбачає здійснення оперативного контролю за такими формами, як попередній, поточний та наступний (табл. 1).

Таблиця 1

Етапи застосування методів оперативного контролю на промислових підприємствах (розроблено автором)

Етапи застосування методичних прийомів	Форми контролю		
	Попередній контроль	Поточний контроль	Наступний контроль
1 етап	Контроль договорів постачання	Контроль оприбуткування засобів праці та сировини і матеріалів	Контроль договірних зобов'язань
Методи документального контролю (арифметична та аналітична перевірка, формальна перевірка, хронологічна перевірка записів); методи фактичного контролю (обстеження, лабораторний аналіз, логічне дослідження операцій)			

Продовження табл. 1

2 етап	Контроль підготовки сировини, матеріалів і виробництва	Контроль процесу виробництва	Контроль готової продукції
Методи документального контролю (арифметична та аналітична перевірка, зустрічна перевірка, хронологічна перевірка записів, контрольне порівняння кількісного і сумового обліку), методи фактичного контролю (огляд та обстеження, лабораторний аналіз, логічне дослідження операцій, контрольний запуск сировини та матеріалів, хронометраж робочого часу, контрольне приймання готової продукції за кількістю та якістю)			
3 етап	Контроль договорів реалізації	Контроль відвантаження готової продукції	Контроль договірних зобов'язань
Методи документального контролю (арифметична та аналітична перевірка, формальна перевірка, зустрічна перевірка, хронологічна перевірка записів, контрольне порівняння кількісного і сумового обліку); методи фактичного контролю (огляд та обстеження, лабораторний аналіз, логічне дослідження операцій, хронометраж робочого часу, контрольне відвантаження)			

1 етап – контроль процесу закупівель. Процес придбання необоротних та оборотних активів передбачає контроль договорів постачання (попередній контроль забезпечує формування вигідних умов договору поставки, відповідність діючим нормам законодавства, отримання даних про якість сировини та матеріалів, що надходить, згідно з договором); контроль оприбуткування засобів праці та сировини і матеріалів (поточний контроль забезпечує перевірку відповідності оприбуткування сировини та матеріалів умовам договору, відповідність нормативно-правовим актам, відповідність кількості та якості сировини та матеріалів); контроль договірних зобов'язань (забезпечує перевірку повноти, правильності та своєчасності проведення розрахунків за сировину та матеріали, дотримання виконання планів їх постачання, відповідність відображення господарських операцій в обліку та звітності).

2 етап – контроль процесу виробництва. Процес виробництва готової продукції передбачає контроль підготовки сировини та матеріалів і виробництва (попередній контроль забезпечує перевірку підготовки виробничих потужностей, їх відповідність установленим нормам, правильність виробничих програм, дієвість норм списання товарно-матеріальних цінностей та норм виробництва готових виробів); контроль процесу виробництва (поточний контроль забезпечує перевірку якості сировини та матеріалів, запобігання збоїв у виробництві, дотримання програм виробництва, норм списання товарно-матеріальних цінностей та виготовлення готової продукції); контроль готової продукції (наступний контроль встановлює точність відображення витрат на рахунках бухгалтерського обліку, перевіряє якість готової продукції та визначає послідовність правильного відображення незавершеного виробництва).

3 етап – контроль процесу реалізації. Процес реалізації готової продукції включає контроль договорів реалізації (попередній контроль забезпечує перевірку умов договору, його відповідність нормативно-правовим актам, правильність встановлення термінів та обсягів відвантаження); контроль відвантаження готової продукції (поточний контроль встановлює відповідність готової продукції умовам договору, нормам, перевіряє кількість і якість відвантаженої готової продукції); контроль договірних зобов'язань (наступний контроль забезпечує перевірку повноти, правильності та своєчасності проведення розрахунків, дотримання виконання планів відвантаження, відповідність відображення господарських операцій в обліку та звітності).

Для здійснення попереднього контролю керівники структурних підрозділів виявляють передумови виникнення відхилень у договірних процесах і на виробництві та оперативно

передають інформацію контролерам, здійснюють перевірку та розробляють проекти управлінських рішень та надають їх для коригування.

Поточний контроль з боку керівників структурних підрозділів підприємства має суттєве значення під час відображення в обліку та документального оформлення оприбуткування виробничого обладнання, сировини та матеріалів, розрахунків та інших операцій. Вони зобов'язані розуміти зміст господарських операцій та показників і аналізувати їх, що дозволить перевірити обґрунтованість цих операцій, виявити відхилення фактичних показників від запланованих, таким чином впливати на ефективність роботи підприємства.

Наступний контроль дозволить встановлювати законність господарських операцій, виявлення відхилень та порушень.

Отже, всі процеси, що пов'язані з постачанням сировини та матеріалів, виробничого обладнання, виробництвом та реалізацією готової продукції мають бути контрольованими (розглядатися з позицій попереднього, поточного, наступного контролю). Завдяки цьому керівництво промислових підприємств буде одержувати необхідну інформацію для прийняття своєчасних управлінських рішень та для оперативного коригування відхилень від нормативних показників у виробництві, що дозволить уникнути негативних явищ у майбутньому.

Висновки і перспективи подальших розробок. Для реалізації всіх поставлених управлінських завдань, успішної розробки планів та прогнозів необхідно на промислових підприємствах організувати ефективну систему внутрішнього контролю, зокрема оперативного. Вона дозволить вирішувати складні завдання, що пов'язані з управлінням підприємством, та виявляти позитивні аспекти при здійсненні його діяльності.

Порівнюючи фактично досягнуті результати із запланованими, керівництво підприємств одержує інформацію про виявлені проблеми та має можливість своєчасно їх корегувати, що дозволить запобігти негативним впливам на фінансово-господарську діяльність підприємства.

Також система внутрішнього контролю має бути гнучкою і при зміні зовнішніх та внутрішніх умов функціонування підприємства оперативно налаштовуватися до вирішення нових завдань.

Для розробки методичних основ формування системи внутрішнього, зокрема оперативного контролю на промислових підприємствах, необхідно чітко визначити всі її елементи. Система контролю має представляти сукупність методик, процедур, організаційних заходів, що використовуються керівниками промислових підприємств для ефективного ведення господарської та фінансової діяльності, своєчасного прийняття управлінських рішень. Такий контроль забезпечить додержання вимог діючого законодавства при здійсненні господарської діяльності, виконання планів, формування бюджетів та прогнозування економічних показників діяльності підприємства.

Ефективність системи оперативного, пов'язана з тим, наскільки вона підпорядкована внутрішньому регламенту та методиці її здійснення. А це потребує додаткових досліджень та виявлення специфіки окремо для кожного підприємства.

Література

1. Максимова В. Ф. Внутрішній контроль економічної діяльності промислового підприємства – системний підхід до розвитку: монографія. К.: АВРІО, 2005. 264 с.
2. Петренко С. М. Внутрішній контроль: проблеми інформаційного, організаційного та методологічного розвитку: монографія // М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Донец. нац. ун. економіки та торгівлі ім. М. Туган-Барановського. Донецьк: Світ книги, 2013. 503 с. ISBN 978-966-2747-91-1.
3. Пантелеєв В. П. Внутрішньогосподарський контроль: методологія та організація: монографія / За наук. ред. В. О. Шевчук. К.: ДП «Інформ.-аналіт. агентство», 2008. 489 с.

4. Кошкарів С. А., Бачинський В. І., Куцук П. О. Внутрішньогосподарський оперативний облік і контроль у системі управління діяльністю виробничих підприємств. Чернівці: Золоті литаври, 2012. 264 с.
5. Мельник К. П. Оперативний контроль в сільськогосподарських підприємствах: автореф. дис. канд. екон. наук: спец. 08.00.09 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит». Київ, 2014. 23 с.
6. Станкевич Г. Особливості системи внутрішнього контролю підприємства та роботи внутрішнього аудитора // Аудитор України. 2014. № 9 (226). С. 32–37.
7. Приступа К. П. Концепція розвитку оперативного контролю. Львів: Львівська політехніка, 2009. С. 484–491.
8. Internal Control – Integrated Framework: Executive Summary // Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission, 2013. 12 p.
9. Тимотина С. С. Особенности организации системы внутреннего контроля в строительстве // Молодой ученый. 2014. № 18. С. 457–461. URL: <https://moluch.ru/archive/77/13412>.
10. Каменська Т. О., Редько О. Ю. Внутрішній контроль і аудит в управлінні: практ. посіб. Наук. школа аудиту, Нац. центр обліку та аудиту. К.: ДП «Інформ.-аналіт. агентство», 2015. 375 с.

References

1. Maksimova, V. F. (2005). Internal control of economic activities of industrial enterprises – a system approach to development: monograph [Vnutrishnii control ekonomichnoi diialnosti pidpriemstva – systemnyi pidkhid do rozvytku: monohrafiia], AVRIO, Kyiv, 264 s. [in Ukrainian]
2. Petrenko, S. M. (2013). Internal control: problems of informational, organizational and methodological development: monograph [Vnutrishnii control: problemy informatsiunoho, orhanizatsiinoho ta metodolohichnoho rozvytku: monohrafiia], Ministerstvo osvity i nauky, molodi ta sportu Ukrainy, Donetskyi natsionalnyi universytet ekonomiky ta torhivli im. M. Tuhana-Baranovskoho, Svit knyhy, Donetsk, 503 s. ISBN 978-966-2747-91-1 [in Ukrainian]
3. Panteleev, V. P. (2008). Internal control: methodology and organization: monograph. Ed. by V. O. Shevchuk [Vnutrishnio hospodarskyi kontrol: metodolohiia ta orhanizatsiia: monohrafiia; za red. V. O. Shevchuk], SE «Informatsiino-analitychne ahentstvo», Kyiv, 489 s. [in Ukrainian]
4. Koshkarov, S. A., Bachinskyi, V. I., Kutsyk, P. O. (2012). Intra-economic operational accounting and control in the system of management of the activity of production enterprises [Vnutrishnio hospodarskyi operatyvnyi oblik i kontrol u systemi upravlinnia diialnistiu vyrobnychkykh pidpriemstv], Zoloti lytavry, Chernivtsi, 264 s. [in Ukrainian]
5. Melnyk, K. P. (2014). Operational control in agricultural enterprises: author's abstract. [Operatyvnyi kontrol v silskohospodarskykh pidpriemstvakh: avtoref. dis. ... kand. econ. nauk], Kyiv, 23 s. [in Ukrainian]
6. Stankevich, G. (2014). Features of the internal control system and the work of the internal auditor [Osoblyvosti systemy vnutrishnioho kontroliu pidpriemstva ta roboty vnutrishnioho audytora], Audytory Ukrainy, No. 9 (226), s. 32–37 [in Ukrainian]
7. Pristupa, K. P. (2009). The concept of development of operational control [Kontseptsiiia rozvytku operatyvnogo kontroliu], Lvivska Politekhnikha, Lviv, s. 484–491 [in Ukrainian]
8. Internal Control – Integrated Framework: Executive Summary (2013). Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission, 12 p.
9. Timotina, S. S. (2014). Organization features of the internal control system in construction [Osobennosti organizatsii sistemy vnutrennego kontrolya v stroitelstve], Molodoy uchenyy, No. 18, s. 457–461, available at: <https://moluch.ru/archive/77/13412> [in Russian]
10. Kamenska, T. O., Redko, O. Yu. (2015). Internal control and audit in management [Vnutrishnii kontrol i audyt v upravlinni], Naukova shkola audytu, Natsionalnyi tsentr obliku ta audytu, SE «Informatsiino-analitychne ahentstvo», Kyiv, 375 s. [in Ukrainian]

УДК 657:334

Ігор Леонідович ШЕРЕР

кандидат економічних наук, доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту,
Одеський національний економічний університет, Україна, e-mail: tutor121960@gmail.com,
ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0001-6345-2977>

МОДЕЛЬ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ДОХОДІВ ЗА ПРОГРАМАМИ ЛОЯЛЬНОСТІ ВІДПОВІДНО ДО МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ

Шерер, І. Л. Модель організації обліку доходів за програмами лояльності відповідно до Міжнародних Стандартів Фінансової Звітності // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць (ISSN 2313-4569); за ред. М. І. Зверякова (голов. ред.) та ін. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2018. № 1 (65). С. 186–195.

Анотація. У статті досліджено питання законодавчого та нормативного регулювання обліку доходів від реалізації товарів за програмами лояльності клієнтів на торговельних підприємствах України. Уточнено зміст окремих етапів визнання доходу від реалізації товарів за програмами лояльності відповідно до вимог МСФЗ. Узагальнено результати наукових досліджень щодо визначеної проблеми. Проаналізовано можливі підходи щодо організації обліку розрахунків з покупцями на підприємствах роздрібної торгівлі та визначення доходів від реалізації за програмами лояльності клієнтів, визначено недоліки та показано можливості їх усунення. Обґрунтовано необхідність організації обліку доходів за концепцією багатокомпонентної угоди. Запропоновано облікову модель визначення доходів від реалізації товарів підприємствами роздрібної торгівлі за програмами лояльності клієнтів.

Ключові слова: Міжнародні Стандарти Фінансової Звітності; бухгалтерський облік; розрахунки з покупцями; дохід; торгівля; програми лояльності.

Игорь Леонидович ШЕРЕР

кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета
и аудита, Одесский национальный экономический университет, Украина,
e-mail: tutor121960@gmail.com, ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0001-6345-2977>

МОДЕЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕТА ДОХОДОВ ПО ПРОГРАММАМ ЛОЯЛЬНОСТИ СОГЛАСНО МЕЖДУНАРОДНЫМ СТАНДАРТАМ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЁТНОСТИ

Шерер, И. Л. Модель организации учета доходов по программам лояльности согласно Международным Стандартам Финансовой Отчётности // Вестник социально-экономических исследований: сб. науч. трудов (ISSN 2313-4569); под ред. М. И. Зверякова (глав. ред.) и др. Одесса: Одесский национальный экономический университет. 2018. № 1 (65). С. 186–195.

Аннотация. В статье исследованы вопросы законодательного и нормативного регулирования учета доходов от реализации товаров по программам лояльности клиентов на торговых предприятиях Украины. Уточнено содержание отдельных этапов признания дохода от реализации товаров по программам лояльности согласно с требованиями МСФО. Обобщены результаты научных исследований обозначенной проблемы. Проанализированы возможные подходы к организации учета расчетов с покупателями на предприятиях розничной торговли и определения доходов от реализации по программам лояльности клиентов, определены недостатки и показаны возможности их устранения. Обоснована необходимость организации учета доходов в соответствии с концепцией многокомпонентного соглашения. Предложена учетная модель определения доходов от реализации товаров предприятиями розничной торговли по программам лояльности клиентов.

Ключевые слова: Международные Стандарты Финансовой Отчётности; бухгалтерский учет; расчеты с покупателями; доход; торговля; программы лояльности.

Igor SHERER

PhD in Economics, Associate Professor, Department of Accounting and Auditing,
Odessa National Economic University, Ukraine, e-mail: tutor121960@gmail.com,
ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0001-6345-2977>

THE MODEL OF ORGANIZATION OF ACCOUNTING OF INCOMES FROM LOYALTY PROGRAMS IN ACCORDANCE WITH INTERNATIONAL FINANCIAL REPORTING STANDARDS

Sherer, I. (2018). *The model of organization of accounting of incomes from loyalty programs in accordance with International Financial Reporting Standards*. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Model orhanizatsii obliku dokhodiv za prohramamy loialnosti vidpovidno do Mizhnarodnykh Standartiv Finansovoi Zvitnosti], Socio-economic research bulletin; *Visnik social'no-ekonomichnih doslidzen'* (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 1 (65), pp. 186–195.

Abstract. *The article considers the questions of the legislative and normative regulation of accounting of income from realization of goods on the customer's loyalty programs of clients at the trade enterprises in Ukraine. The essence of the distinct stages of recognition of income from realization of goods in loyalty programs according to the requirements of IFRS is specified. The results of scientific researches of identified problem are generalized. Possible approaches to the organization of accounting of settling with customers at the enterprises of retail business and determination of income from realization in customer's loyalty programs are analyzed, shortcomings are defined and possibilities of their addressing are shown. The necessity of organization of accounting of income is justified in accordance with conception of multi-component agreement. The accounting model of determination of income from realization of goods by the enterprises of retail business on customer's loyalty programs is offered.*

Keywords: *International Financial Reporting Standards; accounting; settle up with customers; income; trade; programs of loyalty.*

JEL classification: M410

Постановка проблеми у загальному вигляді. Складна економічна ситуація на світовому ринку визначає потребу торговельних компаній у побудові виграшних бізнес-стратегій стимулювання попиту. Продавці різними методами намагаються привернути увагу споживачів до своїх магазинів, надаючи їм усілякі пільги та знижки. Зазвичай програми стимулювання збуту називають програмами лояльності клієнтів. Вони базуються на суто психологічних мотиваціях і покликані збільшити обсяги продажів.

За даними дослідження британської компанії Finaccord 14,5% світового населення (а це 650 млн. осіб) беруть участь хоча б в одній програмі лояльності, і ця кількість щорічно зростає. Прагнучи до перемоги, компанії запускають непрофільні, невластиві для себе програми лояльності й пропонують клієнтам нові види винагороди [1]. Різні маркетингові методи стимулювання продажів широко використовують і вітчизняні торговельні мережі.

Облік реалізації товарів за програмами лояльності клієнтів викликає у фахівців з обліку та аудиту низку питань. Які нормативні документи визначають правила обліку операцій у рамках програм заохочення клієнтів? Чи варто компанії визнавати зобов'язання щодо надання покупцям безкоштовних товарів у майбутньому? Коли компанія повинна визнавати дохід від продажу товарів при використанні подібних програм? Як визначити справедливу вартість наданих покупцям бонусів?

У вітчизняній системі стандартизації такі операції докладно, на жаль, не розглядаються. У науковій та фаховій літературі питання обліку реалізації товарів за програми лояльності майже не розкриті. Усе це ускладнює оцінку та відображення в обліку нарахованих бонусів, викликає труднощі при формуванні звітних показників та прийнятті управлінських рішень стосовно впровадження програм лояльності, що, у свою чергу, призводить до стримування розвитку бізнесу. Отже, тема дослідження є актуальною з теоретичної і практичної точок зору особливо в умовах дії нового МСФЗ (IFRS) 15 «Дохід від договорів з клієнтами» (далі – МСФЗ 15).

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Проблемам організації обліку доходів за Міжнародними стандартами фінансової звітності (МСФЗ) приділено значну увагу в працях вітчизняних та зарубіжних авторів: Ф. Ф. Бутинець, С. Ф. Голов, Н. О. Лоханова, В. В. Сопко, Н. М. Ткаченко та ін. До проблематики розкриття суті програм лояльності, їх класифікації, визначення справедливої вартості та облікового механізму в операціях продажу зі знижками зверталось багато науковців, зокрема: Д. В. Бузанов, В. А. Гавриленко, О. В. Золотухін,

П. О. Сахаров, В. С. Терещенко та ін. Однак не всі аспекти цієї проблеми детально опрацьовано з огляду на вимоги МСФЗ.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Ураховуючи оновлення нормативної бази з обліку доходів на міжнародному рівні, виникає об'єктивна необхідність у комплексному обґрунтуванні питань, пов'язаних з організацією облікових процесів, спрямованих на формування повної й достовірної інформації про характер, суми та строки надходжень від покупців в умовах програм лояльності клієнтів.

Постановка завдання. Метою статті є побудова адекватної облікової моделі визнання доходу від реалізації товарів за програмами лояльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основні правила щодо визнання доходу від реалізації товарів покупцем та його відображення в обліку та звітності починаючи з 2018 року визначає МСФЗ 15.

Новий стандарт, розроблений Радою з Міжнародних стандартів фінансової звітності (International Accounting Standards Board, IASB), визначає концептуальну базу, яка замінить діючі вимоги МСФО та ОПСБО США (US GAAP) стосовно визнання, доходу.

МСФЗ 15 заміняє собою такі стандарти й роз'яснення [2, с.36]:

- МСБО 18 (IAS 18) «Виручка»,
- МСБО 11 (IAS 11) «Договори на будівництво», і пов'язані Інтерпретації:
- КТМФЗ 13 (IFRIC 13) «Програми лояльності клієнтів»,
- КТМФЗ 15 (IFRIC 15) «Договори на будівництво нерухомості»,
- КТМФЗ 18 (IFRIC 18) «Отримання активів від клієнтів»,
- ПКТ 31 (SIC 318) «Виручка: бартерні операції, які включають рекламні послуги».

Для вирішення питання про те, коли визнавати дохід і в якій сумі, підприємства повинні застосовувати аналітичну модель, що передбачає виконання таких операцій [3, с.5]:

- укладання договору з покупцем;
- визнання зобов'язань, що виникають у продавця перед покупцем згідно з укладеним договором;
- визначення ціни угоди;
- розподіл ціни угоди;
- виконання зобов'язань та визначення виручки від реалізації.

За даною моделлю дохід варто визнавати в момент (або в міру) передачі підприємством контролю над товарами або послугами покупцеві та в сумі, яка за очікуваннями продавця буде йому належати. Залежно від того, чи задовольняються певні критерії, виручка визнається: протягом часу виконання підприємством договору; або у певний момент часу, коли право власності на відповідні товари або послуги передано покупцеві.

Торгівельне підприємство повинне укласти договір з покупцем, який потрапляє до сфери застосування МСФЗ 15, виключно при дотриманні таких критеріїв [2, с.29]:

- сторони за договором ухвалили його (у письмовій формі, усно або відповідно до іншої звичайної ділової практики) і готові виконувати свої зобов'язання;
- суб'єкт господарювання може визначити права кожної сторони відносно товарів або послуг, які будуть передаватися;
- суб'єкт господарювання може визначити умови оплати за товари або послуги, які будуть передаватися;
- договір має комерційну сутність (тобто очікується, що ризик, час або величина майбутніх грошових потоків суб'єкта господарства зміняться внаслідок договору); та
- цілком імовірно, що суб'єкт господарювання отримає компенсацію, на яку він матиме право в обмін на товари або послуги, які будуть передані клієнту.

З юридичної точки зору програма лояльності діє на умовах договору приєднання. Згідно зі статтею 634 Цивільного кодексу договором приєднання є договір, умови якого встановлені однією із сторін у формулярах або інших стандартних формах, який може бути укладений лише шляхом приєднання другої сторони до запропонованого договору в цілому [4].

Таким чином продавець публікує умови приєднання покупців до програми лояльності. У свою чергу покупець за власним бажанням може приєднатися до договору – без можливості вплинути на його умови.

Пропозиція щодо укладання договору приєднання робиться покупцеві шляхом видачі карти учасника програми лояльності. Приймаючи таку карту і скориставшись нею, покупець тим самим погоджується укласти договір приєднання. Скористатися картою і придбати товар зі знижкою покупець може, зазвичай, протягом встановленого строку або досягнувши певної суми покупок.

Здійснюючи покупки власник картки отримує заохочення (бали, бонуси), що можуть бути використані в майбутньому на придбання товарів (послуг). Отримані бали надають покупцям істотне право, яке вони не одержали б, якби не уклали договір.

Виходячи із вимог МСФЗ 15, послугу з надання такого права варто визнавати відокремленою оскільки виконуються обидва такі критерії [2, с.5]:

- покупець може мати вигоду від реалізації права отримати в майбутньому товари або послуги або саму по собі, або разом з іншими ресурсами, які клієнт може легко отримати (тобто послуга з надання права може бути відокремленою); та
- обіцянку суб'єкта господарювання передати товар або послугу клієнтові в обмін на бали можна відокремити від інших обіцянок у даному договорі (тобто послуга з надання права є відокремленою у контексті договору приєднання).

Зазвичай вартість покупки (товари плюс бали) дорівнює звичайній вартості відповідних товарів, за якою їх можна придбати у продавця не будучи учасником програми. Тобто сума нарахованих балів зменшує вартість реалізованих у поточному періоді товарів та відповідно доход від реалізації товарів.

Одночасно на суму нарахованих балів у підприємства постачальника товарів та послуг виникає зобов'язання перед покупцями – учасниками програми лояльності щодо надання їм в майбутньому товарів та послуг в обмін на бали.

З плином часу суб'єкт господарювання передає контроль над товаром або послугою і, отже, задовольняє зобов'язання щодо виконання та визнає дохід за умови, що клієнт одночасно отримує та споживає вигоди, що надаються внаслідок виконання суб'єктом господарювання у процесі виконання [2, с.6].

Варто зазначити, що МСФЗ 15 не дає роз'яснень щодо відображення таких операцій в обліку та звітності.

В економічній літературі визначено три можливих підходи щодо відображення зобов'язання по нарахованих балах:

- нарахування балів не викликають жодних змін в бухгалтерському обліку;
- нарахування забезпечення поточних зобов'язань по нарахованих балах з віднесенням оціночної суми боргу до складу операційних витрат одночасно з продажем товарів;
- визначення у сукупній вартості реалізованого товару частини, що відповідає сумі нарахованих балів з відображенням у складі відстроченого доходу.

Прихильники першого підходу враховують, що у момент видачі й, відповідно, отримання купона на потенційну знижку жодних змін в обліку сторін не відбувається. Тому що, по-перше, невідомо, чи скористається покупець цим бонусом у майбутньому, а по-друге, купон за своєю суттю не є первинним бухгалтерським документом. Тобто якийсь вплив на облік використання купона на знижку матиме лише у момент здійснення подальшої операції купівлі-продажу [5].

Фахівець з питань оподаткування та бухгалтерського обліку О. Золотухін, посилаючись на те, що покупець може й не реалізувати своє право щодо використання бонусу, вважає за необхідне трактувати зобов'язання по нарахованих бонусах як непередбачені, тобто імовірнісні, і рекомендує здійснювати облік нарахованих бонусів на позабалансовому рахунку 04 «Непередбачені активи й зобов'язання» за обліковою оцінкою. Автор вважає, що під час продажу товару, за яким відображається нарахування бонусу, підлягає отриманню вся сума його вартості. Тому дохід від реалізації варто збільшити на

повну суму без вирахування нарахованого бонусу [6].

Дійсно, в момент нарахування бонусів продавець не має уявлення чи скористається ними покупець у майбутньому, але, вважаємо, що дуже на це сподівається. Свідчать тому досить значні витрати, пов'язані з організацією та проведенням програми лояльності, направлені, в першу чергу, на те, щоб покупець все-таки повернувся обміняти накопичені бали, отримати обіцяні товари та здійснити нові покупки. Крім того, на суму нарахованих бонусів продавець повинен відобразити в обліку зобов'язання та зменшити дохід від реалізації, як того потребує МСФЗ 15.

Щодо відсутності первинного документу за операцією з нарахування бонусів варто зазначити, що на практиці сума нарахованих бонусів зазвичай відображається у касовому чеку та звіті касира, які є підставою для облікових записів.

Прихильники другого підходу пропонують формувати забезпечення погашення відстрочених зобов'язань перед покупцями за рахунок збутових витрат [7, с.317; 8, с.192].

Вважаємо, що формування забезпечення поточних зобов'язань по нарахованих балах не відповідає реальним економічним процесам, що відбуваються в процесі реалізації програм лояльності.

По-перше, метою програми лояльності є залучення клієнтів для здійснення майбутніх покупок у торгівельній мережі продавця шляхом надання знижок з поточних продаж, якими покупець може скористатися здійснюючи майбутні покупки. Тобто продавець умисно йде на зменшення маржинальності продаж та, відповідно, доходу від реалізації для збільшення оборотності товару та отримання майбутньої вигоди. Включення бонусів до ціни продаж призводить до перерозподілу доходу і не торкається витрат.

По-друге, програми лояльності, зазвичай, розраховані на довгострокову перспективу, тобто не є разовими рекламними акціями з безоплатної роздачі товарів, вартість яких зазвичай списують на збутові витрати. Безумовно, за необхідності, таку роздачу можна резервувати, але це не стосується випадків «безоплатної» видачі товарів покупцям учасникам програм лояльності в обмін на накопичені бали.

По-третє, такий підхід, безумовно, не відповідає вимогам МСФЗ 15, щодо відстрочки визнання доходу від реалізації товарів в обмін на раніше отримані бали.

Прихильники третього підходу трактують сутність операції інакше. Уважається, що здійснюючи звичайний продаж товару продавець реалізує разом із товаром бонусні одиниці (бали), які покупець може використати у майбутньому для придбання товарів або послуг в його торгівельній мережі. Таким чином частина виручки, отриманої від реалізації бонусних одиниць (балів), не визнається доходом у момент продажу, а підлягає відстрочці із відображенням зобов'язань. Саме такий підхід закріплено МСФЗ 15.

Щодо відображення в обліку операцій виникнення та погашення зобов'язань погляди науковців та практиків дещо різняться.

Більшість науковців, посиляючись на раніше діючі Тлумачення КТМСФЗ (IFRIC 13) «Програми лояльності клієнтів» та нині діючий МСФЗ 15, для нарахування зобов'язань рекомендують використовувати рахунки: 681 «Розрахунки за авансами одержаними» [9]; або 69 «Доходи майбутніх періодів» [9; 10].

Згідно з Інструкцією про застосування Плану рахунків на субрахунку 681 «Розрахунки за авансами одержаними» ведеться облік одержаних авансів під поставку матеріальних цінностей або під виконання робіт, а також суми попередньої оплати покупцями і замовниками рахунків постачальника за продукцію і виконані роботи [11].

Термін «аванс» зустрічається в багатьох галузях права, але найпоширеніше застосування він здобув в цивільних правовідносинах. В ч. 2 ст. 570 ЦКУ про аванс сказано таке: «Якщо не буде встановлено, що сума, сплачена в рахунок належних з боржника платежів, є завдатком, вона вважається авансом» [4]. Тобто аванс не є видом забезпечення виконання зобов'язань та, на відміну від завдатку, не надає кредитуру жодних гарантій задоволення його вимог [12]. Якщо продавець товарів (послуг) отримав у якості авансу певну грошову суму, а договір не було виконано, то незалежно від того, з чиєї вини це трапилося і

які обставини цьому перешкождали, аванс у будь-якому випадку підлягає поверненню [13].

Підсумовуючи викладене, можна з впевненістю стверджувати, що сума отримана від покупця в оплату нарахованих на його користь балів не є авансом та не повинна відображатися на рахунку 681 «Розрахунки за авансами одержаними» за таких причин.

Сплачуючи вартість нарахованих балів, покупець одночасно отримує їх на власний рахунок. Тобто мова не йде про авансування чи попередню оплату майбутніх постачань товарів (послуг). У майбутньому за власним бажанням і в будь-який час він може обміняти їх на товари в торгівельній мережі постачальника.

У випадку, якщо покупець за будь-яких причин не звернувся до продавця із вимогою обміняти накопичені бали на товар, торговець не зобов'язаний повертати отримані від покупця грошові кошти в оплату за бали.

Рахунок 69 «Доходи майбутніх періодів» призначено для узагальнення інформації щодо одержаних доходів у звітному періоді, які підлягають включенню до доходів у майбутніх звітних періодах. До доходів майбутніх періодів відносяться, зокрема, передплата за оренду, на газети, журнали, періодичні та довідкові видання, виручка від продажу квитків транспортних і театральних-видовищних підприємств, абонентна плата за користування засобами зв'язку тощо [11]. Тобто використання цього рахунку для відображення виручки за реалізовані бали не суперечить вимогам Інструкції про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій (далі – План рахунків).

Планом рахунків не передбачено окремі субрахунки до рахунку 69 «Доходи майбутніх періодів», але надана можливість підприємствам самостійного їх відкриття за усіма видами діяльності та за видами доходів [11]. Вважаємо, що для обліку зобов'язань по нарахованих балах доцільно до рахунку 69 «Доходи майбутніх періодів» відкрити окремий субрахунок 691 «Зобов'язання по програмах лояльності щодо виконання».

Сума нарахованих балів зменшує дохід від реалізації товарів поточного періоду та надає право покупцям отримати знижку після дати реалізації товару. Для обліку таких знижок Інструкцією про використання Плану рахунків передбачено субрахунок 704 «Вирахування з доходу» до рахунку 70 «Доходи від реалізації» [11].

Таким чином, вважаємо за доцільне відображати зобов'язання по нарахованих балах бухгалтерською проводкою: Дт 704 «Вирахування з доходу» Кт 691 «Зобов'язання по програмах лояльності щодо виконання».

Варто зазначити, що МСФЗ 15 містить вимогу щодо визначення ціни угоди. Щоб визначити ціну угоди, суб'єкт господарювання має розглянути умови договору та свою звичну практику бізнесу. Ціна угоди – це величина компенсації, яку суб'єкт господарювання очікує отримати в обмін на передачу клієнтові обіцяних товарів або послуг. Для цілей визначення ціни угоди суб'єкт господарювання має припустити, що товари або послуги будуть передані клієнтові як обіцяно, відповідно до чинного договору, і що договір не буде скасовано, оновлено або змінено [2, с.9].

Реалізація товарів в умовах програми лояльності здійснюється за фіксованими цінами, що зазвичай використовуються торгівельним підприємством в його звичайній діяльності (незалежно від того реалізується товар за програмою лояльності чи поза межами її дії) тобто за справедливими цінами. Відповідно до МСФЗ (IFRS) 13 «Оцінка справедливої вартості», справедлива вартість – це ціна, яка була б отримана за продаж активу або сплачена за передачу зобов'язання у звичайній операції на головному (або найсприятливішому) ринку на дату оцінки за поточних ринкових умов (тобто вихідна ціна), незалежно від того, чи спостерігається така ціна безпосередньо, чи оцінена за допомогою іншої методики оцінювання [14].

Отже можна зробити висновок про те, що вартість балів, які реалізуються покупцям – учасникам програми лояльності разом з товаром відповідно до договору приєднання є безумовно справедливою оскільки:

- пропонується усім без винятку покупцям, які виконали умови договору;
- є складовою справедливої вартості товару, що реалізується в звичайних умовах.

Визначення справедливої вартості нарахованих балів залежить від маркетингової стратегії компанії, рівня торгівельної націнки, попиту, приналежності до власних торгових марок.

Згідно з МСФЗ 15 після того, як ідентифіковані окремі зобов'язання щодо виконання й визначена ціна угоди, торгівельне підприємство повинне розподілити ціну угоди на зобов'язання щодо виконання у сумі, яка відображає величину компенсації, на яку суб'єкт господарювання сподівається отримати право в обмін на передачу обіцяних товарів або послуг покупцю. Для досягнення поставленої мети розподілу ціни операції суб'єкт господарювання розподіляє ціну операції на кожне зобов'язання щодо виконання, визначене у договорі, виходячи з відносної окремо взятої ціни продажу [3, с.12; 13].

Зазвичай, вартість реалізованих товарів (послуг) покупцю розподіляється пропорційно цінам відокремленого продажу товарів або послуг (тобто на основі відносної ціни відокремленого продажу).

Наприклад, покупець – власник бонусної картки здійснив покупку вартістю 1052,94 грн. та отримав на сімейний рахунок 3440,91 балів на суму 34,41 грн.

За результатами продажу продавець відображає в обліку:

- дохід від реалізації товару Дт 30 «Готівка» Кт 702 «Дохід від реалізації товарів» на суму 1052,94 грн.;
- зобов'язання щодо виконання Дт 704 «Вирахування з доходу» Кт 691 «Зобов'язання по програмах лояльності щодо виконання» на суму 34,41 грн.

Виконання зобов'язань та визначення виручки від реалізації. Торгівельні підприємства передають обіцяні товари (послуги) покупцям в обмін на накопичені бали на протязі періоду, визначеному у договорі приєднання.

Згідно з МСФЗ (IFRS) 15 товар або послуга звичайно вважаються переданими, коли покупець одержує над ними контроль. Торгівельне підприємство, яке передає обіцяні товари або послуги покупцеві (в обмін на бали) і, таким чином, виконує ідентифіковане зобов'язання щодо виконання, визнає дохід від реалізації у звітному періоді здійснення обміну товарів (послуг) на бали [3, с.149].

Припустимо, що покупець, який отримав на власний рахунок 34,41 грн., здійснюючи чергову покупку вартістю 21 грн., розрахувався балами. За результатами такої операції в обліку необхідно відобразити зменшення зобов'язання щодо виконання та збільшення доходу від реалізації товарів: Дт 691 «Зобов'язання по програмах лояльності щодо виконання» Кт 702 «Дохід від реалізації товарів» – 21 грн.

В момент нарахування балів постачальнику невідомо які саме товари будуть передані покупцям в обмін на бали, коли покупець скористається можливістю отримати товар в обмін на бали, та чи скористається він цією можливістю взагалі. Тобто існує ймовірність непогашення зобов'язань щодо виконання у майбутньому.

Згідно з вимогами МСФЗ 15 підприємство повинне відображати залишок непогашеного зобов'язання щодо виконання за результатами звітного періоду з урахуванням ймовірності його непогашення [3, с.185].

Вважаємо, що оцінити таку ймовірність, та більш-менш коректно розрахувати суму залишку непогашеного зобов'язання щодо виконання на кінець звітного періоду, можна лише за наявності статистичних даних про стан відповідних розрахунків за попередні звітні періоди.

Використовуючи методику розрахунків, що наведена в додатку А до МСФЗ 15 (приклад 52 «Програми лояльності покупців») [3, с.186] побудуємо облікову модель визначення доходу за програмою лояльності у 2018 році (наведені дані є умовними).

Приклад. Протягом 2018 року торгівельним підприємством реалізовано товари покупцям – учасникам програми лояльності на загальну суму 6000 тис. грн. та нараховано 16000 тис. балів на загальну суму 160 тис. грн. (табл. 1).

Вартість товарів, реалізованих покупцям в обмін на бали протягом звітного року, склала 128 тис. грн.

Заборгованість перед покупцями по зобов'язаннях щодо виконання, строк погашення яких минув, 8 тис. грн.

Таблиця 1

Продаж товарів за програмою лояльності (розраховано автором)

№ з/п	Групи товарів	Загальна вартість реалізованих товарів (тис. грн.)	Нараховано балів		Вартість реалізованих товарів без урахування нарахованих балів (тис. грн.)
			кількість (тис.)	вартість (тис. грн.)	
01	02	03	04	05	06
1	Товари загального асортименту	2500	2500	25	2475
2	Товари власної ТМ	2000	6000	60	1940
3	Ексклюзивні товари	1500	7500	75	1425
	Разом	6000	16000	160	5840

Дохід від реалізації товарів на кінець звітного року – 5728 тис. грн. (5840 – 128).

Заборгованість по зобов'язаннях до виконання на кінець звітного року складає 24 тис. грн. (160 – 128 – 8).

За підсумками продаж у звітному році ймовірність погашення заборгованості перед покупцями по нарахованих балах оцінено підприємством на рівні 0,95 ((160 – 8)/160).

З урахуванням ймовірності погашення заборгованості перед покупцями щодо виконання очікувана вартість погашених балів складе 152 тис. грн. (160×0,95).

З урахуванням ймовірності погашення зобов'язань щодо виконання підприємство розподіляє вартість угоди (6000 тис. грн.) на товари і бали на основі відносної ціни відокремленого продажу таким чином (табл. 2).

Таблиця 2

Розподіл вартості продажу методом відносної ціни відокремленого продажу (розраховано автором на основі [3, с.187])

№ з/п	Елементи відокремленого продажу	Вартість відокремленого продажу (тис. грн)	Розрахунок
1	Товари	5852	$6000 \cdot (6000 / (6000 + 152))$
2	Бали	148	$6000 \cdot (152 / (6000 + 152))$
	Разом	6000	

Сума доходу, яку варто відобразити у звітності на кінець року становить 124,6 тис. грн. (128/152×148). Зобов'язання щодо виконання на 31 грудня становлять 15,4 тис. грн. (148 – 124,6 – 8). Таким чином підприємству варто відкоригувати зобов'язання до виконання на 8,6 тис. грн. (24 – 15,4).

В бухгалтерському обліку необхідно зробити такі записи (табл. 3).

Таблиця 3

Схема обліку реалізації товарів за програмою лояльності (розроблено автором на основі [11])

№ з/п	Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків		Сума (тис. грн.)
		Дт	Кт	
1	Реалізовано товари покупцям	30	702	6000
2	Нараховано бали на сімейні рахунки покупців	704	691	1600
3	Реалізовано товари в обмін на бали	691	702	128
4	Списано заборгованість по нарахованих балах строк погашення якої минув	691	717	8
5	Наприкінці року проведено корегування зобов'язань щодо виконання (сторно)	704	691	8,6

Висновки і перспективи подальших розробок. Таким чином у статті досліджено питання законодавчого та нормативного регулювання обліку доходів від реалізації товарів за програмами лояльності клієнтів на торгівельних підприємствах України. Уточнено зміст окремих етапів визнання доходу від реалізації товарів за програмами лояльності відповідно до вимог МСФЗ. Узагальнено результати наукових досліджень щодо визначеної проблеми. Проаналізовано можливі підходи до організації обліку розрахунків з покупцями на підприємствах роздрібно торгівлі та визначення доходів від реалізації за програмами лояльності клієнтів, визначено недоліки та показано можливості їх усунення. Обґрунтовано необхідність організації обліку доходів за концепцією багатокomпонентної угоди. Запропоновано облікову модель визначення доходів від реалізації товарів підприємствами роздрібно торгівлі за програмами лояльності клієнтів.

Перспективи подальших розробок пов'язані з проведенням додаткових досліджень щодо оподаткування операцій за програмами лояльності та побудовою математичних моделей визначення ймовірності погашення заборгованості по зобов'язаннях до виконання.

Література

1. Наумчик О. *Можливості й недоліки різних видів програм лояльності* // Енциклопедія маркетингу. URL: <http://www.marketing.spb.ru> (дата звернення: 15.02.2018).
2. МСФЗ (IFRS) 15 «Дохід від договорів з клієнтами. Використання МСФЗ» // *Все про бухгалтерський облік*. URL: <http://vobu.ua/ukr/documents/item/msfz-15-dokhid-vid-dohovoriv-z-kliientamy> (дата звернення: 15.02.2018).
3. МСФО (IFRS) 15 «Выручка по договорам с покупателями». Применение МСФО. Подробное рассмотрение нового стандарта по признанию выручки / Ey: Building a better working world. URL: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-applying-ifs-revenue-ifs-15-rus/\\$FILE/ey-applying-ifs-revenue-ifs-15-rus.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-applying-ifs-revenue-ifs-15-rus/$FILE/ey-applying-ifs-revenue-ifs-15-rus.pdf) (дата обращения: 15.02.2018).
4. Цивільний Кодекс України: Кодекс України № 435-IV від 16.01.2003 р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15> (дата звернення: 15.02.2018).
5. Бузанов Д. Бонусна торгівля // *Дебет-Кредит*. 2009. № 20. URL: <http://dtk.com.ua/show/1cid04060.html> (дата звернення: 16.02.2018).
6. Золотухін О. Оформлення та облік накопичувальних бонусів // *Інтерактивна бухгалтерія*. 2013. 31 травня. URL: <http://www.interbuh.com.ua/ua/view/newspaper/3014/7312> (дата звернення: 16.02.2018).
7. Сахаров П. О. Відображення програм лояльності з використанням бонусів у бухгалтерському обліку // *Бізнес інформ*. 2013. № 10. С. 316–321.
8. Гавриленко В. А., Звєнчакіна В. Ю. Удосконалення обліку забезпечень майбутніх витрат і платежів // *Наукові праці ДонНТУ. Серія: економічна*. 2009. Вип. 36-2. С. 192–198.
9. Чалый И. Программы лояльности: обеспечение или выручка? // *Вестник МСФО. Мировой опыт. Украинская практика*. 2015. № 20. URL: http://ifs.ligazakon.ua/magazine_article/FZ000757 (дата обращения: 16.02.2018).
10. Програми лояльності клієнтів: 93 чи 90? 47 чи 69? // *Головбух*. 31 серпня 2015. URL: <https://www.golovbukh.ua/article/6513-qqq-15-m8-31-08-2015-programi-loyalnost-klntv-93-chi-90-47-chi-69> (дата звернення: 16.02.2018).
11. Про затвердження Інструкції про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: Наказ Міністерства фінансів України № 291 від 30.11.1999 р. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0114-04> (дата звернення: 17.02.2018).
12. Новинський О. Все, що варто знати про «аванс» в цивільних правовідносинах // *PLP LOW GROUP*. URL: <http://plp.kiev.ua/ua/publications/311-vse-shcho-var-to-znati-pro-avans-v-tsilvilnikh-pravovidnosinakh> (дата звернення: 17.02.2018).
13. Що таке «завдаток» і «аванс»? // *Головне управління держпродспоживслужби в Хмельницькій області*. URL: <http://consumerhm.gov.ua/188-shcho-take-zavdatok-i-avans> (дата звернення: 17.02.2018).

14. МСФЗ (IFRS) 13 «Оцінка справедливої вартості» // Рада з МСБО зі змінами станом на 01.01.2013 р. URL: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/929_068/page (дата звернення: 19.02.2018).

References

1. Naumchyk, O. Possibilities and lacks of different types of loyalty programs [Mozhlyvosti i nedoliky riznykh vydiv prohram loialnosti], available at: <http://www.marketing.spb.ru> [in Ukrainian]
2. IFRS 15 – Revenue from Contracts with Customers. Use of IFRS [MSFZ 15 – Dokhid vid dohovoriv z kliientamy. Vykorystannia MSFZ], Vse pro bukhholderskyi oblik, available at: <http://vobu.ua/ukr/documents/item/msfz-15-dokhid-vid-dohovoriv-z-kliientamy> [in Ukrainian]
3. IFRS 15 – Revenue from Contracts with Customers. Application of IFRS. Detailed consideration of new standard on recognition of revenue [MSFO 15 – Vyruchka po dogovoram s pokupatelyami. Prymenenye MSFO. Podrobnoe rassmotrenie novogo standarta po priznaniyu vyruchki], available at: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-applying-ifrs-revenue-ifrs-15-rus/\\$FILE/ey-applying-ifrs-revenue-ifrs-15-rus.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-applying-ifrs-revenue-ifrs-15-rus/$FILE/ey-applying-ifrs-revenue-ifrs-15-rus.pdf) [in Russian]
4. The Civil Code of Ukraine, No. 435-IV, 16.01.2003 [Tsyvilnyi Kodeks Ukrainy, No. 435-IV, 16.01.2003], available at: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15> [in Ukrainian]
5. Buzanov, D. (2009). Bonus trade [Bonusna torhivlia], Debet-Kredyt, No. 20, available at: <http://dtk.com.ua/show/1cid04060.html> [in Ukrainian]
6. Zolotukhin, O. (2013). Registration and accounting of accumulating bonuses [Oformlennia ta oblik nakopychuvanykh bonusiv], Interaktyvna bukhhalteriiia, available at: <http://www.interbuh.com.ua/ua/view/newspaper/3014/7312> [in Ukrainian]
7. Sakharov, P. (2013). A reflection of loyalty programs with the use of bonuses in accounting [Vidobrazhennia prohram loialnosti z vykorystanniam bonusiv u bukhholderskomu obliku], Biznes Inform, No. 10, s. 316–321 [in Ukrainian]
8. Gavrylenko, V. A., Zvenyachkina, V. Yu. (2009). Improvement of accounting of providing of future charges and payments [Udoskonalennia obliku zabezpechen maibutnikh vytrat i platezhiv], Naukovi pratsi DonNTU, Serii: ekonomika, Vyp. 36-2, s. 192–198 [in Ukrainian]
9. Chalyii, I. (2015). Loyalty programs: providing or earnings? [Programmy loialnosti: obespechenie ili vyruchka?], Vestnyk MSFO, Mirovoy opyt. Ukrainskaya praktika, No. 20, available at: http://ifrs.ligazakon.ua/magazine_article/FZ000757 [in Russian]
10. Customer's loyalty programs: 93 or 90? 47 or 69? [Prohramy loialnosti kliientiv: 93 chy 90? 47 chy 69?], Holovbukh, 31 serpnia 2015, available at: <https://www.golovbukh.ua/article/6513-qqq-15-m8-31-08-2015-programi-loialnost-klntv-93-chi-90-47-chi-69> [in Ukrainian]
11. On Approval of Instruction on the application of the account of accounts of assets, capital, commitments and business operations of enterprises and organizations: Law of Ukraine, No. 291, 30.11.1999 [Pro zatverdzhennia Instruksii pro zastosuvannia Planu rakhunkiv bukhholderskoho obliku aktyviv, kapitalu, zoboviazan i hospodarskykh operatsii pidpriemstv i orhanizatsii: Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy, No. 291, 30.11.1999], available at: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0114-04> [in Ukrainian]
12. Novynskyi, O. All, that is worth knowing about «advance» in civil legal relationships [Vse, shcho varto znaty pro «avans» v tsyvilnykh pravovidnosynakh], PLP LOW GROUP, available at: <http://plp.kiev.ua/ua/publications/311-vse-shcho-var-to-znati-pro-avans-v-tsyvilnykh-pravovidnosynakh> [in Ukrainian]
13. What is the «partial payment» and «advance»? [Shcho take «zavdatok» i «avans»?], Golovne upravlinnia derzhprodsposhyvsluzhby v Khmelnytskii oblasti, available at: <http://consumerhm.gov.ua/188-shcho-take-zavdatok-i-avans> [in Ukrainian]
14. IFRS 13 Fair value measurement applies [MSFZ 13 Otsinka spravedlyvoi vartosti], available at: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/929_068/page [in Ukrainian]

***МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ,
МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ
ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ***

УДК 378:004:001.895

Олена Петрівна КОПІШИНСЬКА

кандидат фізико-математичних наук, професор кафедри економічної кібернетики та інформаційних технологій, Полтавська державна аграрна академія, Україна, e-mail: 17elenak@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3138-7215>

Юрій Вікторович УТКІН

кандидат технічних наук, доцент кафедри економічної кібернетики та інформаційних технологій, Полтавська державна аграрна академія, Україна, e-mail: 1008utkin@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2732-4438>

ШЛЯХИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТНО-ОРІЄНТОВАНОЇ МОДЕЛІ СПІВПРАЦІ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ, ІТ-КОМПАНІЙ ТА АГРОПІДПРИЄМСТВ ПРИ ВПРОВАДЖЕННІ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ

Копішинська, О. П., Уткін, Ю. В. Шляхи реалізації проектно-орієнтованої моделі співпраці закладів вищої освіти, ІТ-компаній та агропідприємств при впровадженні інформаційних систем // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць (ISSN 2313-4569); за ред. М. І. Зверькова (голов. ред.) та ін. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2018. № 1 (65). С. 197–206.

Анотація. У статті представлено багатосторонню модель результативної взаємодії між університетами і бізнес-компаніями. Досліджено основні етапи та механізми формування результативної моделі багатосторонньої взаємодії між університетами і бізнес-компаніями при впровадженні у навчальний процес сучасних інформаційних систем, призначених для автоматизації виробничих процесів в аграрних підприємствах. Визначено мотиваційні, організаційні, освітні та інші складові спільних напрямків роботи закладів вищої освіти, розробників програмного забезпечення і виробничих підприємств. Експеримент проведено на прикладі використання української інформаційної системи для аграріїв Soft.Farm, заснованої на «хмарних технологіях», у декількох напрямках: як предмету вивчення у навчальному процесі при підготовці фахівців із агрономії, одночасного просування і впровадження на підприємствах із проведенням практичного навчання керівників та фахівців, а також здійснення науково-консультативної та маркетингової підтримки розробників інформаційних систем, забезпечення зворотного зв'язку в комунікаційних процесах. Підтверджено, що результативність взаємодії сторін базується на визначенні і поєднанні їх багатосторонніх спільних інтересів, які фокусуються на підготовці кваліфікованих фахівців, наданні консалтингових послуг бізнес-компаніям (моделі S2B та B2S) і навчанні кінцевих споживачів на підприємствах при впровадженні інформаційних систем. З метою поширення набутого досвіду та переходу на нові рівні взаємодії запропоновано створити окремі інноваційні підрозділи у закладах вищої освіти, які будуть займатися розробкою інноваційних проектів, у першу чергу, в сфері інформаційних технологій, за участю бізнес-компаній, виробничих підприємств та державних організацій.

Ключові слова: багатостороння співпраця університетів та бізнесу; практично-орієнтоване навчання; консалтинг; ринок праці; інформаційна система Soft.Farm.

Елена Петровна КОПИШИНСКАЯ

кандидат физико-математических наук, профессор кафедры экономической кибернетики и информационных технологий, Полтавская государственная аграрная академия, Украина, e-mail: 17elenak@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3138-7215>

Юрий Викторович УТКИН

кандидат технических наук, доцент кафедры экономической кибернетики и информационных технологий, Полтавская государственная аграрная академия, Украина, e-mail: 1008utkin@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2732-4438>

ПУТИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТНО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ МОДЕЛИ СОТРУДНИЧЕСТВА ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ, ИТ-КОМПАНИЙ И АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПРИ ВНЕДРЕНИИ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ

Копишинская, Е. П., Уткин, Ю. В. Пути реализации проектно-ориентированной модели сотрудничества высших учебных заведений, IT-компаний и аграрных предприятий при внедрении информационных систем // Вестник социально-экономических исследований: сб. науч. трудов (ISSN 2313-4569); под ред. М. И. Зверякова (глав. ред.) и др. Одесса: Одесский национальный экономический университет. 2018. № 1 (65). С. 197–206.

Аннотация. В статье представлена многосторонняя модель результативного взаимодействия между университетами и бизнес-компаниями. Исследованы основные этапы и механизмы формирования результативной модели многостороннего сотрудничества между университетами и бизнес-компаниями при внедрении в учебный процесс современных информационных систем, которые предназначены для автоматизации производственных процессов на аграрных предприятиях. Определены мотивационные, организационные, образовательные и другие составляющие совместных направлений работы высших учебных заведений, разработчиков программного обеспечения и производственных предприятий. Эксперимент проведен на примере использования украинской информационной системы для аграриев Soft.Farm, основанной на «облачных технологиях» и использовавшейся в нескольких направлениях: как предмет изучения в учебном процессе при подготовке специалистов по агрономии, предмет продвижения и внедрения на предприятиях с проведением практического обучения руководителей и специалистов, а также осуществления научно-консультативной и маркетинговой поддержки разработчиков информационных систем, обеспечения обратной связи при коммуникационных процессах. Подтверждено, что результативность взаимодействия сторон базируется на определении и объединении их многосторонних общих интересов, которые фокусируются на подготовке квалифицированных специалистов, представлении консалтинговых услуг бизнес-компаниям (модели S2B и B2S) и обучении конечных потребителей на предприятиях при внедрении информационных систем. С целью распространения приобретенного опыта и перехода на новые уровни взаимодействия предложено создать отдельные инновационные подразделения в заведениях высшего образования, которые будут заниматься разработкой инновационных проектов, в первую очередь, в сфере информационных технологий с участием бизнес-компаний, производственных предприятий и государственных организаций.

Ключевые слова: многостороннее сотрудничество университетов и бизнеса; практически-ориентированное обучение; консалтинг; рынок труда; информационная система Soft.Farm.

Olena KOPISHYNSKA

PhD in Physics and Mathematics, Associate Professor, Department of Economic Cybernetic and Information Systems and Technologies, Poltava State Agrarian Academy, Ukraine,
e-mail: 17elenak@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3138-7215>

Yurii UTKIN

PhD in Technics, Associate Professor, Department of Economic Cybernetic and Information Systems and Technologies, Poltava State Agrarian Academy, Ukraine,
e-mail: 1008utkin@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2732-4438>

WAYS TO IMPLEMENT THE PROJECT-ORIENTED MODEL OF COOPERATION BETWEEN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS, IT-COMPANIES AND AGRICULTURAL ENTERPRISES IN THE IMPLEMENTATION OF INFORMATION SYSTEMS

Kopishynska, O., Utkin, Y. (2018). Ways to implement the project-oriented model of cooperation between higher education institutions, IT-companies and agricultural enterprises in the implementation of information systems. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Shliakhy realizatsii proektno-oriientovanoi modeli spivpratsi zakladiv vyshchoi osvity, IT-kompanii ta ahropidpriemstv pry vprovadzhenni informatsiinykh system; za red.: M. I. Zveriakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; *Visnik social'no-ekonomichnih doslidzen'* (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 1 (65), pp. 197–206.

Abstract. The article presents multilateral model of effective interaction between universities and business companies. The main stages and mechanisms of the formation of the productive model of multilateral interaction between universities and business companies in the implementation into learning process of modern information systems, which are designed for the automatization of the production processes at the agricultural enterprises, are studied. Motivational, organizational, educational and other components of the common work areas of higher education institutions, software developers and enterprises are identified. The experiment is conducted by an example of using the Ukrainian information system for farmers Soft.Farm, which is based on «cloud technologies» and used in several directions: as a subject of study in the training off specialists in agronomy, promotion and introduction at enterprises

with the practical training of managers and specialists, as well as the implementation of scientific advisory and marketing support for the developers of information systems, providing feedback in communication processes. It is confirmed that the effectiveness of the participant's interaction is based on the identification and combining their multilateral common interests focused on the training of qualified specialists, the provision of consulting services to business companies (S2B and B2S models), and the training of end-users at enterprises under the implementation of information systems. In order to disseminate the acquired experience and transition to new levels of interaction, it is proposed to create separate innovation units in higher education institutions that will be engaged in the development of innovative projects, primarily in the IT field, with the participation of business companies, production enterprises and state organizations.

Keywords: multilateral cooperation of universities and business; practice-oriented training; consulting; labor market; information system Soft.Farm.

JEL classification: O300; M210

Постановка проблеми у загальному вигляді. Невідворотні зміни, що відбуваються в усіх сферах економіки під впливом динамічних ринків, інтеграційних процесів до світового співтовариства є причиною кардинальних змін вимог щодо вмінь і навичок працівників, їхньої освіти та професійного досвіду. Постійно оновлюється перелік професій та їх позиції в рейтингах популярності та попиту, де перші сходинки впевнено займають спеціалісти з інформаційних технологій (ІТ), маркетологи, дизайнери, фахівці з держуправління. На тлі зазначених якісних змін професійного середовища вітчизняні університети зіткнулися з серйозними труднощами при підготовці таких фахівців, які б задовольняли потреби ринку праці. Основними причинами такого становища можна вважати не лише повільні темпи оновлення матеріально-технічної бази державних закладів вищої освіти, недостатній рівень забезпеченості інформаційно-комунікаційними засобами, низький рівень участі українських науково-педагогічних працівників у міжнародних освітніх та науково-практичних проектах, але й значну відірваність практичної підготовки студентів від реальних умов майбутньої діяльності. Тому одним із найважливіших напрямів подолання розриву між змістом професійної підготовки випускників університетів та потреб ринку праці є не лише оновлення переліку спеціальностей, але й досягнення тісної інтеграції та взаємодії з провідними бізнес-компаніями, виробничими підприємствами; створення умов для забезпечення місць проходження реальної виробничої практики. Зарубіжні навчальні заклади, які завжди мали достатній рівень самостійності, вже давно реалізують партнерську співпрацю з місцевими та міжнародними компаніями, надаючи студентам можливості проходження різноманітних практик, стажувань із подальшим працевлаштуванням. Особливо відомими є освітні проекти за участю компаній Google, Siemens group, Microsoft тощо. Закладам вищої освіти України також необхідно виробити власну стратегію, аби конкурувати на освітньому просторі й надати можливість українській молоді навчатися та гідно працевлаштуватися у своїй країні.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Питання незбалансованості розвитку вищої освіти та потреб ринку праці в Україні є досить актуальними і відображені у працях багатьох науковців, зокрема В. О. Зінченка, О. Ю. Красовської, В. П. Антонюка [1–3]. Ґрунтовний аналіз ситуації на ринку праці, представлений у роботі [4] з урахуванням даних Міжнародного економічного форуму [5], який показав, що Україна, незважаючи на один із найвищих відсотків населення з вищою освітою (76% станом на кінець 2015 р., 14-те місце із 140 країн, після Греції, США, Фінляндії, Німеччини та ін.), за її якістю посідає лише 54-те місце [6]. Стандартні «пакети» освітніх програм вищої освіти вже не задовольняють нагальні потреби ринку праці: компанії прагнуть залучати до роботи молодих працівників, які можуть генерувати нові ідеї і швидко адаптуватися до змін і нововведень. Низку переконливих аргументів у відповідь на питання, «Чому вища освіта та бізнес мають працювати разом?», викладено у бізнес-ревю [7], основна думка автора якого базується на розумінні стрімких змін, які відбуваються в економіці та бізнесі, і отже стосуються змісту підготовки майбутніх фахівців до нових вимог ринку праці.

Доволі глибокий та системний аналіз причин низької інноваційної спрямованості закладів вищої освіти та шляхів її усунення викладено в роботі [8]. Більшість із висловлених пропозицій може бути реалізована всередині закладів освіти, керуючись останніми редакціями закону України «Про освіту», який надає право університетам самостійно складати та модернізувати навчальні плани підготовки фахівців, формувати зміст навчальних дисциплін, варіативну складову навчального процесу за вибором студента.

Грунтовний аналіз тенденцій і форм організації співробітництва між університетами та промисловими (не аграрними) компаніями представлено в колективному звіті про результати міжнародного проекту TEMPUS CABRIOLET «Модельно-орієнтований підхід та інтелектуальна система знань для розвиненої академічно-промислової співпраці в галузі електронної та комп'ютерної техніки» (544497-TEMPUS-1-2013-1-UK-TEMPUS-JPHES) [9]. Зокрема, авторами описано концепцію, принципи і моделі кооперації університетів та ІТ-компаній, надано протоколи (шаблони) для опису практик успішної взаємодії та відповідних проектів, досвід яких можуть використовувати інші навчальні заклади та підприємства. Але основними результатами проекту були все ж двосторонні відносини між окремими університетами та окремими ІТ-компаніями або промисловими підприємствами.

Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми. Таким чином, висвітлення проблеми ефективної взаємодії закладів вищої освіти з ринком праці ведеться не один рік і має солідний банк ідей. Але прагнення до їх втілення мають проявити всі учасники спільного процесу. Сьогодні університетам часто бракує інноваційного підходу до побудови конструктивних відносин із бізнес-компаніями, щоб розглядати їх не лише як майбутніх роботодавців випускника, але і як учасників освітнього процесу. Великі та середні бізнес-компанії, у свою чергу, висловлюють чимало критики на адресу якості підготовки фахівців, але не готові надавати тренувальний простір та вкладати час і незначні кошти на зустрічні проекти з метою покращення якості вищої освіти, її конкурентоспроможності. Той факт, що процес рухається повільно, свідчить про те, що кожна сторона очікує організаційних рішень з боку деякого керівного і координуючого центру. У представленому дослідженні автори, спираючись на власний досвід та апробацію інноваційних проектів, пропонують не лише загальний огляд можливих форм партнерських відносин з усіма зацікавленими інституціями, але й описують один із алгоритмів організації такої взаємовигідної співпраці та форми її реалізації на конкретних прикладах (університет, аграрні підприємства, представники ІТ-компаній) від початку до проміжних результатів і перспективного розвитку.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування результативності механізмів формування і розвитку інноваційної концепції взаємовигідної багатосторонньої взаємодії між закладами вищої освіти, підприємствами (на прикладі підприємств агропромислового комплексу (АПК), розробниками вітчизняного програмного забезпечення автоматизованих інформаційних систем (ІС) і технологій та державними організаціями, що відповідає потребам сучасного інформаційного суспільства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Низку вдалих новаторських підходів щодо підвищення рівня якості та конкурентоспроможності підготовки фахівців для одного із важливих секторів економіки та ринку праці, яким є агропромисловий сектор, було втілено на практиці в одному із найстаріших українських університетів – Полтавській державній аграрній академії (далі – ПДАА). В умовах жорсткої конкуренції стратегічними напрямками роботи закладу є оновлення переліку сучасних спеціальностей, підняття науково-професійного рівня кожного викладача, а також налагодження взаємовигідних зв'язків із провідними виробничими та бізнес-компаніями, які готові співпрацювати з університетами. Така позиція добре співвідноситься із загальною концепцією взаємодії науки і бізнесу, яка має назву S2B-B2S (Science-to-Business – Business-to-Science, тобто, «наука для бізнесу» – «бізнес для науки») і сприяє пошуку конкурентоспроможних технологій, сервісів і продуктів, які й реалізуються через співпрацю університетів та бізнес-компаній, підприємств.

На основі проведеного SWOT-аналізу (Strengths-Weaknesses-Opportunities-Treats) у частині виявлення сильних сторін (Strengths) кожного з учасників спільного проекту, що є

предметом цього дослідження, та їх потреб (Opportunities), було визначено наступні їх висхідні позиції (табл. 1).

Таблиця 1

Аналіз перетину інтересів зацікавлених сторін у багатосторонній співпраці
(розроблено авторами)

Категорія учасника співпраці	Основні завдання та інтереси кожної категорії, що виявлені на початку проекту та мають площини перетину
Заклади вищої освіти (на прикладі ПДАА) по відношенню до підприємств та бізнес-компаній	– підготовка конкурентоспроможних фахівців для підприємств аграрного сектору; – застосування інноваційних технологій у навчальному процесі; – можливість використовувати безкоштовне програмне забезпечення без додаткового технічного обладнання; – оновлення змісту програм дисциплін з метою забезпечення сучасних компетенцій здобувачів вищої освіти; – розвинення здатності випускників до швидкої адаптації для роботи в реальних умовах діяльності підприємств та організацій.
Підприємства агропромислового комплексу всіх форм власності по відношенню до навчального закладу	– підготовка висококваліфікованих працівників, що володіють всіма сучасними професійними знаннями й навичками і готові до швидкого старту в роботі; – оволодіння випускниками сучасними технологіями обробки фахової інформації, в т.ч. засобами інформаційних систем.
Бізнес-компанії (розробники програмного забезпечення (ІС) по відношенню до університетів та підприємств	– забезпечення аграрних підприємств сучасними вітчизняними ІС, здатними автоматизувати більшу частину управління та моніторингу виробничих процесів; – просування власного продукту на ринку шляхом популяризації програми серед потенційних замовників, участь у конференціях, виставках різного рівня; – постійне удосконалення та розширення функціональних можливостей ІС; – навчання користувачів роботі з ІС та консультування з проблемних питань.

Поштовхом до початку багатосторонньої співпраці став пошук з боку прогресивно налаштованих представників професорсько-викладацького складу сучасних ІС, які б стали предметом вивчення при викладанні окремих навчальних дисциплін циклу загальної та професійної підготовки з провідних спеціальностей для сільського господарства: агрономів, менеджерів, економістів.

Узагальнюючи області перетину інтересів кожного із потенційних учасників кооперації, напрямки взаємодії учасників проекту можна представити у вигляді схеми, представленої на (рис. 1).

Наведена модель співпраці між представниками різних сфер економіки та ринку праці утворилася не штучно й не одночасно, а шляхом доволі природного об'єднання на основі усвідомлення кожною стороною власних цілей і об'єктивних потреб. Особливістю цієї моделі є те, що університет є інтегруючою ланкою одразу між багатьма представниками підприємств і бізнес-компаній, надаючи освітні та консалтингові послуги, яких потребує кожен учасник проекту.

Проаналізувавши достатню кількість спеціалізованих ІС, що широко представлені на ринку програмних продуктів для автоматизації аграрного сектору України, було обрано для впровадження у навчальний процес вітчизняну ІС Soft.Farm – безкоштовну інформаційну

систему, призначену для автоматизації управлінської та виробничої діяльності в агропідприємствах, розроблену ТОВ «Кварт-Софт».

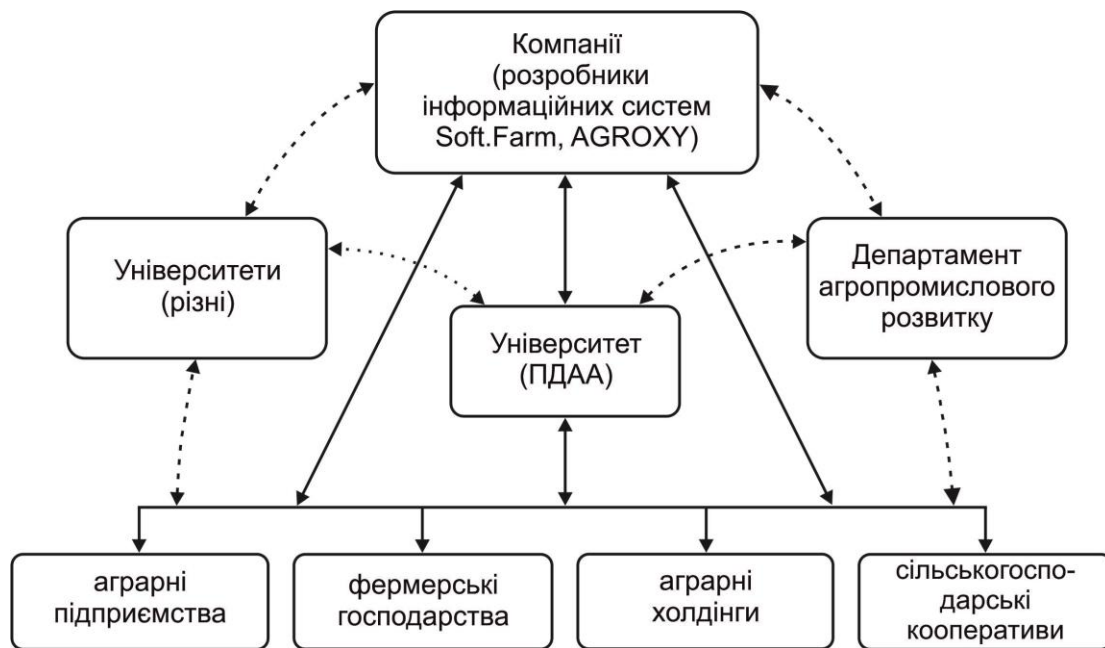


Рис. 1. Напрями взаємодії учасників проекту співпраці на основі спільних інтересів (пунктиром позначені перспективні напрямки) [розроблено авторами]

Головною перевагою цієї системи є те, що вона заснована на «хмарних технологіях», і більшість її модулів доступна користувачеві безкоштовно. Система розроблена для потреб вітчизняного агровиробника (база довідників по головних складових сільського господарства, як-то ґрунти, засоби захисту рослин та ін., генерація електронних документів відповідно до переліку та вимог чинного законодавства). Принципова схема організації IS Soft.Farm, розміщеної на платформі Amazon, представлена на рис. 2.

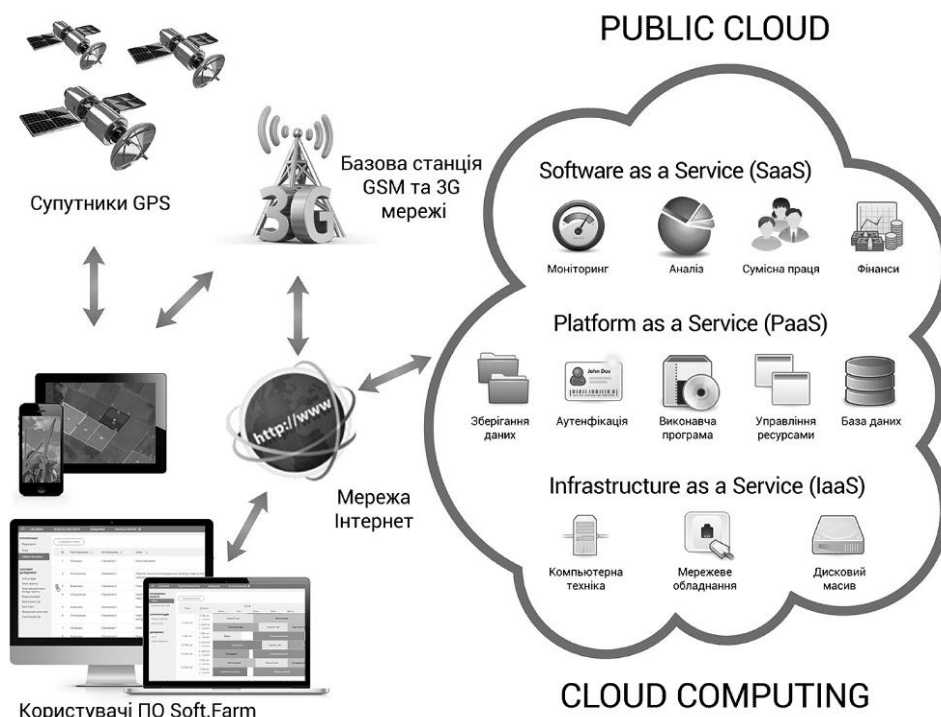


Рис. 2. Схема побудови IS Soft.Farm та хмарних сервісів на платформі Amazon (розроблено авторами)

Система надає користувачам в онлайн доступі такі сервіси (рис. 2): SaaS (моніторинг полів, аналіз даних, можливості сумісної роботи з даними, фінансовий аналіз); PaaS (зберігання даних, аутентифікація, управління ресурсами, бази даних, доступ до виконавчої програми); IaaS.

Університет у цій функціональній схемі включений до категорії користувачів, оскільки використовує стандартний канал доступу, але з додатковими повноваженнями (спеціальні промо-коди для моделювання проведення окремих комерційних операцій). Прийняття остаточного рішення щодо двосторонньої співпраці сприяла готовність компанії-розробника ТОВ «Кварт-Софт» розробити окремі навчальні модулі для проведення занять зі студентами. Закріпленням намірів для партнерської взаємодії стало підписання договору про співпрацю між компанією ТОВ «Кварт-Софт» та університетом ПДАА 24 квітня 2016 р. Далі надається короткий опис змісту та основних етапів співпраці.

З 1 вересня 2016–2017 навчального року в межах курсу «Інформаційні технології» для студентів освітнього рівня «Магістр» зі спеціальності «Агрономія» було розроблено та апробовано лабораторний практикум із детальним описом та практичними вправами щодо застосування IS Soft.Farm у діяльності агронома. Інтелектуальна складова участі професорсько-викладацького складу полягала в аналізі можливостей системи та розробленні наскрізної ситуаційної задачі, при розв’язанні якої в середовищі IS студенти мали змогу відтворити основні елементи роботи агронома в умовах реального підприємства від створення електронного офісу до застосування у фаховій діяльності. Таке практично-орієнтоване навчання викликало справжній інтерес з боку студентів. Паралельно система проходила апробацію для застосування в курсах інших дисциплін.

12 жовтня 2016 року відбулося перше засідання у форматі круглого столу, до участі в якому були запрошені керівники компанії ТОВ «Кварт-Софт», адміністрація та викладачі ПДАА, представники державних організацій з управління агропромислового розвитку, а також представники аграрних підприємств з метою ознайомлення їх з перевагами впровадження інформаційних систем на прикладі IS Soft.Farm. Захід викликав чималий резонанс, проведення було висвітлено засобами масової інформації міста, області, на сайтах навчального закладу та у розділі новин офіційного сайту www.soft.farm. Результатом став перехід на новий рівень роботи проекту – започаткування програми під загальною назвою «Підтримка підприємств АПК засобами сучасних інформаційних систем і технологій», що вже через рік вийшла за межі області.

З метою закріплення основних засад та напрямків спільної діяльності університету та ТОВ «Кварт-Софт» було створено «Центр підготовки користувачів IS Soft.Farm» на громадських засадах. За згодою партнерів для студентів, що пройшли успішно курс навчання по роботі з IS Soft.Farm у рамках вивчення дисципліни, а також для слухачів спеціальних науково-практичних семінарів, які проводяться в «Центрі», було впроваджено систему сертифікації після успішного складання тестів, а список всіх сертифікованих користувачів знаходиться на спеціальному розділі офіційного сайту www.soft.farm [10]. Надання таких сертифікатів є атрибутом визнання професійних здібностей фахівця з агрономії в області інформаційних технологій та, одночасно, елементом маркетингу системи для компанії-розробника: приклад елементарної реалізації спільних інтересів. Учасниками семінарів виступають головні спеціалісти аграрних підприємств, для яких коротке навчання допомагає освоїти базові навички роботи з системою, розширити уявлення про можливості сучасного програмного забезпечення та хмарних технологій, подолати бар’єр, що іноді виникає перед людьми старшого покоління при роботі з комп’ютерними програмами. При цьому їх готовність впроваджувати цю систему зростає багатократно, що сприяє і комерційному успіху компанії-розробника.

У 2017 році досвід впровадження IS Soft.Farm у навчальний процес при підготовці фахівців з агрономії було закріплено та описано шляхом видання навчального посібника «Інформаційні технології в агрономії», написаного у співавторстві провідних викладачів ПДАА М. М. Маренича, О. П. Копішинської, Ю. В. Уткіна і ментора проекту від компанії

ТОВ «Кварт-Софт» М. І. Кондратюка та презентованого на декількох Всеукраїнських виставках [11].

Серед інших позитивних результатів проголошеної співпраці між ПДАА та ТОВ «Кварт-Софт» варто відзначати також той факт, що через півтора роки від початку її реалізації інтерес до запровадженої моделі зріс у колах більшості аграрних закладів вищої освіти. На базі ПДАА 11 жовтня 2017 р. було проведено масштабний семінар із обміну досвідом, учасниками якого було до 30 представників агрономічних факультетів. На сьогодні за аналогічною системою працюють декілька аграрних університетів України: Сумський, Херсонський, Львівський та ін.

Про стійкість такої системи співпраці свідчить той факт, що до неї почали приєднуватися не тільки нові навчальні заклади, а кількість зацікавлених підприємств також збільшується. Так, у грудні 2017 р. було підписано договір про співпрацю між ПДАА та компанією Agroху Ukraine, яка є розробником системи електронних торгів продукцією рослинництва на сучасній платформі. Бізнес-компанія презентувала свою систему на широкомасштабному семінарі, що проходив у ПДАА 21 лютого 2018 року для товаровиробників, а також готує навчальний модуль для проведення навчальних симуляцій під час занять з електронної комерції зі студентами факультету економіки та менеджменту. Навчальні матеріали, які підготовлені для студентів, розміщено також і на офіційному сайті системи як покрокову інструкцію для здійснення реєстрації та початку роботи [12].

Представники міжнародної компанії John Deere, маючи високі вимоги до операторів найсучаснішої техніки, яка вже впроваджена на підприємствах, навпаки, мають план організації навчання студентів одразу в університетах, замість проведення після навчальних курсів і тренінгів на підприємствах із відривом від виробництва. Це дасть можливість певній частині випускників університету розпочати кар'єру в одній із провідних світових компаній, маючи відповідні компетенції [13].

Свою зацікавленість декларують представники державних організацій з управління агропромисловим комплексом на обласному рівні, розглядаючи університети та окремі бізнес-компанії як майданчики для реалізації складових державних програм підтримки працівників аграрної галузі.

Висновки і перспективи подальших розробок. Представлена у цій роботі проектно-орієнтована модель багатосторонньої співпраці між закладами вищої освіти, підприємствами, бізнес-компаніями показала себе як результативна, інноваційна, відкрита, оскільки розкриває потенціал та надає можливості розвитку і зростання для всіх учасників. Науково-педагогічний потенціал викладацького складу навчального закладу може успішно використовуватися як в основній навчальній роботі, так і в наданні консалтингових послуг бізнес-компаніям, підприємствам при вирішенні практичних і наукоємних задач. Підприємства задають окремі напрямки навчання та стають місцями проходження практик для здобувачів вищої освіти, надають можливості подальшого їх працевлаштування.

Від початку налагодження співпраці між університетом, ІТ-компаніями та аграрними підприємствами було досягнуто таких результатів:

- укладено 3 нових договори про науково-технічну співпрацю між університетом та ІТ-компаніями (період 1,5 роки);
- прочитано курс «Інформаційні технології в агрономії» для рівня «Магістр» протягом 2 навчальних семестрів (загалом 96 студентів, 7 лабораторних робіт);
- видано навчальний посібник, затверджений вченою радою університету [11];
- проведено 2 засідання у форматі круглого столу для адміністрації та викладачів університету, а також керівників ІТ-компаній, аграрних підприємств та представників адміністрації області (1 раз на рік);
- проведено 5 науково-практичних семінарів, що включають теоретичну частину та практичне навчання по роботі з ІС для представників аграрних підприємств (1–2 рази на півроку, 6 годин на день) із виданням роздаткових матеріалів та спеціального методичного забезпечення для учасників;

- за період співпраці кількість підприємств-користувачів даної ІС зросла на 18% за оцінками розробників;
- протягом двох років укладено 2 договори на здійснення науково-консультаційних послуг між університетом та ІТ-компаніями;
- для розробників IS Soft.Farm було запропоновано до впровадження і прийнято до розробки нову науково-обґрунтовану модель прогнозування урожайності сільськогосподарських культур, що є набагато точнішою, ніж стандартний метод середньостатистичних показників NDVI, у вигляді окремого модуля;
- проводиться розробка методології створення на території Полтавської області центру точного землеробства, базою якого стане ПДАА та низка аграрних підприємств із залученням до проведення експериментальних досліджень провідних компаній, які займаються розробкою та впровадженням сучасних інноваційних проектів у сільському господарстві.

На основі отриманих результатів напрямками подальших досліджень у сфері співпраці є створення окремих інноваційних підрозділів у закладах вищої освіти, які будуть займатися розробкою та впровадженням інновацій і тісно співпрацювати із бізнес-структурами. Організаційними формами втілення таких структур інноваційного спрямування можуть бути лабораторії, центри, творчо-експериментальні лабораторії тощо, які можуть бути і самостійними юридичними особами. Досвід багатьох європейських країн підтверджує ефективність існування таких центрів, які координують інноваційну діяльність структурних підрозділів вищого навчального закладу, зокрема, інститутів, факультетів, кафедр, лабораторій.

Література

1. Зінченко В. О. Якість вищої освіти: погляди науковців // Вісник ЛНУ ім. Тараса Шевченка. 2011. № 5 (216). С. 9–16.
2. Красовська О. Ю. Роль освіти в сучасних глобальних умовах // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. 2011. № 1(4). С. 182–188.
3. Антонюк В. П. Вища освіта України у системі відносин ринку праці // Економічний вісник Донбасу. 2015. № 2 (40). С. 132–137.
4. Поکیدіна В. Університети та бізнес: міжнародний досвід співпраці та перспективи для України. URL: http://cost.ua/files/Universities%20and%20business_report.pdf (дата звернення: 11.12.2017).
5. Schwab K. The Global Competitiveness Report 2015–2016. Geneva: World Economic Forum, 2015. 403 p. URL: http://www3.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global_Competitiveness_Report_2015-2016.pdf (access date: 15.01.2018).
6. Охопленість українців вищою освітою становить 76% – Інститут демографії // УНІАН. Інформаційне агентство. URL: <http://www.unian.ua/society/1023767-ohoplennya-naselennya-ukrajini-vischoyu-osvitoyu-stanovit-76-institut-demografiji.html> (дата звернення: 11.12.2017).
7. King M. D. Why higher Ed and business need to work together. URL: <https://hbr.org/2015/07/why-higher-ed-and-business-need-to-work-together> (access date: 15.01.2018).
8. Захарчин Р. М. Гармонізація відносин вищої школи і ринку праці як необхідна умова інноваційного розвитку суспільства // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2013. № 769. С. 268–273.
9. Університетсько-індустріальна кооперація. Модельно-орієнтований підхід. Практичне керівництво та приклади / За ред. Харченка В.С. // Міністерство освіти та науки України, Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «ХАІ», 2017. 363 с.
10. Офіційний сайт інформаційної системи Soft.Farm. URL: <https://www.soft.farm/uk> (дата звернення: 19.01.2018).

11. Маренич М. М., Кондратюк М. І., Копішинська О. П., Уткін Ю. В. Інформаційні технології в агрономії: навч. посіб. Харків: Фінарт, 2017. 352 с.
12. Офіційний сайт інформаційної системи agroxy.com. URL: <https://agroxy.com/blog/novye-tehnologii-i-innovacii-v-agrobizne.html> (дата звернення: 05.02.2018).
13. Офіційний сайт компанії John Deere. URL: <https://www.deere.com/en/our-company/john-deere-careers> (дата звернення: 08.02.2018).

References

1. Zinchenko, V. O. (2011). The quality of higher education: scholars' views [Yakist vyshchoi osvity: pohliady naukovtsiv], Visnyk LNU im. Tarasa Shevchenka, No. 5 (216), s. 9–16 [in Ukrainian]
2. Krasovska, O. Yu. (2011). The role of education in modern global conditions [Rol osvity v suchasnykh hlobalnykh umovakh], Biuletен Mizhnarodnoho Nobelivskoho ekonomichnoho forumu, No. 1 (4), s. 182–188 [in Ukrainian]
3. Antonyuk, V. P. (2015). Higher education of Ukraine in the system of labor market relations [Vyshcha osvita Ukrainy u systemi vidnosyn rynku pratsi], Ekonomichni visnyk Donbasu, No. 2 (40), s. 132–137 [in Ukrainian]
4. Pokidina, V. Universities and business: international cooperation experience and perspectives for Ukraine [Universytety ta biznes: mizhnarodnyi dosvid spivpratsi ta perspektyvy dlia Ukrainy], available at: http://cost.ua/files/Universities%20and%20business_report.pdf [in Ukrainian]
5. Schwab, K. (2015). The Global Competitiveness Report 2015–2016. Geneva: World Economic Forum, 403 p., available at: http://www3.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global_Competitiveness_Report_2015-2016.pdf.
6. 76% of Ukrainians are enrolled in higher education – Institute of Demography [Okhoplenist ukraintsiv vyshchoiu osvitoiu stanovyt 76% – Instytut demohrafii], Informatsiine ahentstvo UNIAN, available at: <http://www.unian.ua/society/1023767-ohoplennya-naselennya-ukrajini-vischoyu-osvitoiu-stanovit-76-institut-demografiji.html> [in Ukrainian]
7. King, M. D. Why higher Ed and business need to work together, available at: <https://hbr.org/2015/07/why-higher-ed-and-business-need-to-work-together>.
8. Zakharchyn, R. M. (2013). Harmonization of the relations between higher education and the labor market as a prerequisite of innovation development of society [Harmonizatsiia vidnosyn vyshchoi shkoly i rynku pratsi yak neobkhidna umova innovatsiinoho rozvytku suspilstva], Visnyk natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika». Menedzhment ta pidpriemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia i problemy rozvytku, No. 769, s. 268–273 [in Ukrainian]
9. University-industry cooperation. Model-oriented approach. Practical guide and cases (2017). Ed. by V. S. Kharchenko [Universytetsko-industrialna kooperatsiia. Modelno-oriientovanyi pidkhid. Praktychne kerivnytstvo ta pryklady; za red. V. S. Kharchenka], Ministerstvo osvity ta nauky Ukrainy, Natsionalnyi aerokosmichniy universytet im. M. Je. Zhukovskoho «KhAI», 363 s. [in Ukrainian]
10. Soft.Farm – is free software for organization and management of agricultural activities, available at: <http://www.soft.farm/en/about>.
11. Marenych, M. M., Kondratyuk, M. I., Kopishynska, O. P. & Utkin, Yu. V. (2017). Information technology in agronomy [Informatsiini tekhnolohii v ahronomii], Finart, Kharkiv, 352 s. [in Ukrainian]
12. New technologies and innovations in agribusiness [Novye tekhnologii i innovatsii v agrobiznese], available at: <https://agroxy.com/blog/novye-tehnologii-i-innovacii-v-agrobizne.html> [in Russian]
13. John Deere Company Careers, available at: <https://www.deere.com/en/our-company/john-deere-careers>.

Стаття надійшла до редакції 20.02.2018.

УДК 005.21-043.86:330.34:005.93

Мирон Ананійович СЕНДЗЮК

кандидат економічних наук, професор кафедри інформаційних систем в економіці,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана», Україна,
e-mail: msendzuk@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5829-4633>

Ірина Віталіївна НАУМЕНКО

кандидат економічних наук, старший викладач кафедри інформаційних систем в економіці,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана», Україна,
e-mail: umkaira@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7552-1618>

Олена Віталіївна ДЕРЖУК

кандидат економічних наук, старший викладач кафедри інформаційних систем в економіці,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана», Україна,
e-mail: elena.derzhuk@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6254-292X>

**ЕВОЛЮЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ЯК МЕТОД УДОСКОНАЛЕННЯ
ЗБАЛАНСОВАНОЇ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ УПРАВЛІННЯ
ПІДПРИЄМСТВОМ**

Сендзюк, М. А., Науменко, І. В., Держук, О. В. Еволюційна стратегія як метод удосконалення збалансованої системи показників управління підприємством // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць (ISSN 2313-4569); за ред. М. І. Зверькова (голов. ред.) та ін. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2018. № 1 (65). С. 207–216.

Анотація. Стаття присвячена питанням застосування методу еволюційної стратегії для вдосконалення управління підприємством як різновиду еволюційних алгоритмів, а саме, доповнення збалансованої системи показників алгоритмом еволюційної стратегії, що значно підвищить ефективність прийняття стратегічних і оперативних рішень щодо управління підприємством. В основу теоретичних і прикладних розробок покладено дослідження щодо удосконалення збалансованої системи показників. Розроблена інноваційна комп'ютерна технологія виконання алгоритму еволюційної стратегії. Наведено результати застосування алгоритму еволюційної стратегії на підприємстві – вагоноремонтному заводі. За результатами проведених обчислень зроблений аналіз і внесені пропозиції щодо удосконалення системи управління підприємством.

Ключові слова: алгоритм еволюційної стратегії; збалансована система показників; генетичний алгоритм; еволюційний підхід; евристичний метод.

Мирон Ананьевич СЕНДЗЮК

кандидат экономических наук, профессор кафедры информационных систем в экономике,
ГБУЗ «Киевский национальный экономический университет им. В. Гетьмана», Украина,
e-mail: msendzuk@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5829-4633>

Ирина Витальевна НАУМЕНКО

кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры информационных систем в экономике, ГБУЗ «Киевский национальный экономический университет им. В. Гетьмана», Украина, e-mail: umkaira@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7552-1618>

Елена Витальевна ДЕРЖУК

кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры информационных систем в экономике, ГБУЗ «Киевский национальный экономический университет им. В. Гетьмана», Украина, e-mail: elena.derzhuk@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6254-292X>

**ЭВОЛЮЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ КАК МЕТОД
УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СБАЛАНСИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ
ПОКАЗАТЕЛЕЙ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ**

Сендзюк, М. А., Науменко, И. В., Держук, А. В. Эволюционная стратегия как метод совершенствования сбалансированной системы показателей управления предприятием // Вестник социально-экономических исследований: сб. науч. трудов (ISSN 2313-4569); под ред. М. И. Зверякова (глав. ред.) и др. Одесса: Одесский национальный экономический университет. 2018. № 1 (65). С. 207–216.

Аннотация. Статья посвящена вопросам применения метода эволюционной стратегии по совершенствованию управления предприятием как разновидности эволюционных алгоритмов, а именно, дополнение сбалансированной системы показателей алгоритмом эволюционной стратегии значительно повысит эффективность принятия стратегических и оперативных решений. В основу теоретических и прикладных разработок положены исследования по совершенствованию сбалансированной системы показателей. Разработана инновационная компьютерная технология реализации алгоритма эволюционной стратегии. Приведены результаты применения алгоритма эволюционной стратегии на предприятии – вагоноремонтном заводе. На основе результатов выполненных расчетов проведен анализ и внесены предложения по совершенствованию системы управления предприятием.

Ключевые слова: алгоритм эволюционной стратегии; сбалансированная система показателей; генетический алгоритм; эволюционный подход; эвристический метод.

Myron SENDZUK

PhD in Economics, Professor of Information Systems in Economics Department, SHEE «Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman», Ukraine, e-mail: msendzuk@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5829-4633>

Iryna NAUMENKO

PhD in Economics, Senior Lecturer of Information Systems in Economics Department, SHEE «Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman», Ukraine, e-mail: umkaira@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7552-1618>

Olena DERZHUK

PhD in Economics, Senior Lecturer of Information Systems in Economics Department, SHEE «Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman», Ukraine, e-mail: elena.derzhuk@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6254-292X>

EVOLUTIONARY STRATEGY AS A METHOD OF IMPROVING THE BALANCED SCORECARD OF ENTERPRISE MANAGEMENT

Sendzuk, M., Naumenko, I., Derzhuk, O. (2018). Evolutionary strategy as a method of improving the balanced scorecard of enterprise management. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Evoliutsiina stratehiia yak metod udoskonalennia zbalansovanoi systemy pokaznykiv upravlinnia pidpriemstvom: za red.: M. I. Zveriyakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; *Visnik social'no-ekonomichnih doslidzen'* (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 1 (65), pp. 207–216.

Abstract. The article is devoted to the application of the method of evolutionary strategy for improving the enterprise management as a type of evolutionary algorithms, namely, the completion of a balanced scorecard by the algorithm of the evolutionary strategy, which will significantly increase the efficiency of strategic and operational decision-making in the enterprise management. Theoretical and applied developments are based on research on improving enterprises balanced scorecard. The innovative computer technology of the implementation of evolutionary strategy algorithm is developed. The results of the application of the evolution strategy algorithm at the enterprise (wagon-renovating plant) are presented. Based on the results of conducted calculations the analysis is made and the propositions for improving the enterprise management system.

Keywords: evolutionary strategy algorithm; balanced scorecard; genetic algorithm; evolutionary approach; heuristic method.

JEL classification: C220; R490

Постановка проблеми у загальному вигляді. Стрімкий розвиток економіки та значні зміни на ринку потребують впровадження нових методів і моделей, які дозволяють підприємствам швидко адаптуватися до нових ринкових умов. Тому застосування в сучасних умовах лише традиційних положень збалансованої системи показників (ЗСП) для управління

підприємством вже неефективно. Необхідно здійснювати розвиток ЗСП у напрямку інтелектуальних систем, для створення яких часто застосовують еволюційні підходи. Різновидом таких підходів є еволюційні алгоритми, які успішно використовуються для вирішення завдань функціональної оптимізації. Еволюційні алгоритми – це системи, які використовують еволюційні принципи розвитку популяції або вони успішно використовуються для завдань функціональної оптимізації і можуть легко бути описані математичною мовою [1, с.275]. Еволюційні алгоритми, що засновані на статистичному підході до дослідження ситуації та ітераційно наближують системи до потрібного стану, дають можливість здійснювати швидкий пошук ефективних рішень. Перевагою цих алгоритмів є можливість знаходити рішення, близькі до оптимальних і, на відміну від відомих евристичних методів оптимізації, характеризуються, у багатьох випадках, кращим ступенем наближення до оптимального рішення.

Для вдосконалення системи управління підприємством з використанням ЗСП запропоновано алгоритм еволюційної стратегії, що дасть можливість вирішення багатомодельних (з кількома локальними екстремумами) завдань з великою кількістю показників за рахунок поєднання елементів випадковості та детермінованості аналогічно, як це відбувається у природному середовищі (під локальними екстремумами будемо вважати досягнення стратегічних цілей за кожним із напрямків – кожної компоненти ЗСП: фінанси, внутрішні процеси, зовнішні процеси).

Наявні системи управління вагонобудівними та вагоноремонтними підприємствами спрямовані на розв'язання задач в одновимірних просторах, що не відображає повною мірою стану підприємства. Сучасні умови функціонування економіки характеризуються високим рівнем невизначеності, що впливає на збільшення ризиків і втрат під час прийняття управлінських рішень. Впровадження алгоритму еволюційної стратегії, як доповнення до ЗСП, дасть можливість враховувати фактори нестабільності економіки, що впливають на функціонування підприємств, дозволить знизити втрати за рахунок прийняття економічних управлінських рішень тощо.

Найбільшу актуальність набуває впровадження алгоритмів еволюційної стратегії для вдосконалення управління підприємствами залізничного транспорту при розробці стратегічних і оперативних рішень. Це зумовлено, з одного боку, динамічним характером розвитку вагонобудівних та вагоноремонтних підприємств, а, з іншого, – станом вітчизняної економіки.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Проаналізувавши праці зарубіжних учених, які досліджували генетичні алгоритми, зокрема Р. Каплана, Д. Нортон, R. Poli, H. Al-Sakran, J. R. Koza, L. W. Jones, T. Back, O. Cordon, E. Herrera-Viedma, M. Luque та інших, а також вітчизняних науковців В. В. Вітлінського, Я. М. Грицишина, Д. Рутковської, М. Піліньського, В. І. Скіцька, С. О. Суботіна, А. О. Олійник та інших, приходимо до висновку про доцільність удосконалення збалансованої системи показників управління підприємствами залізничного транспорту на основі алгоритму еволюційної стратегії. Висновок базується на визначенні Д. Нортон та Р. Каплана про те, що «збалансована система показників є інструментом стратегічного управління, котрий слугує встановленню стратегічних цілей та оцінюванню ефективності діяльності з погляду реалізації стратегії за допомогою визначених ключових показників», а також впливає з того, що в опублікованих роботах не розглядаються питання про те, як визначати ключові показники для кожної галузі, які алгоритми і технологія їх розрахунку, а саме які засоби сучасних технологій потрібно використовувати, щоб забезпечити підтримку прийняття рішень щодо управління підприємством на основі динаміки змін ключових показників.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Попри значний прогрес у розробленні збалансованої системи показників недостатньо дослідженими залишаються питання переходу від традиційної системи обчислення показників до впровадження алгоритму еволюційної стратегії як різновиду генетичного алгоритму [2, с.68], до запровадження з цією метою сучасних інноваційних комп'ютерних технологій в систему управління підприємством.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження сутності еволюційної стратегії та

можливості застосування результатів цього дослідження для подальшого розвитку збалансованої системи показників, а також розробка на цій основі алгоритмів розрахунків і інноваційної комп'ютерної технології удосконалення системи управління вагоноремонтним підприємством.

Виклад основного матеріалу дослідження. В літературних джерелах [3; 4, с.712] наведені визначення поняття еволюційної стратегії, але для цього дослідження обрано таке.

Еволюційна стратегія – це евристичний метод оптимізації функцій екстремуму (підцілі за рівнями управління підприємством – вищий ($M_{vb}M_{vb}$), середній ($M_{co}^{vb}M_{co}^{vb}$) і нижчий ($M_{nu}^{vbco}M_{nu}^{vbco}$) в розділі еволюційних алгоритмів, який засновано на адаптації та еволюції. Вона схожа з генетичним алгоритмом, але має декілька суттєвих відмінностей. Зокрема, еволюційна стратегія оперує векторами дійсних чисел. При пошуку рішення в еволюційній стратегії спочатку відбувається мутація і схрещування особин для отримання нащадків, потім виконується детермінований відбір без повторень кращих особин із загального покоління батьків і нащадків. В якості мутації часто використовується додавання нормально розподіленої випадкової величини до кожної компоненти вектора. При цьому параметри нормального розподілу самоадаптуються в процесі виконання алгоритму. Останнє стверджують автори деяких видань [5, с.30; 6, с.25; 7, с.47].

Через те, що еволюційна стратегія схожа з генетичним алгоритмом, то для розкриття її сутності необхідно навести поняття генетичного алгоритму. Генетичний алгоритм – це евристичний алгоритм пошуку, який застосовується для вирішення завдань оптимізації та моделювання функції оптимізації основної цілі шляхом випадкового підбору, комбінування і модифікації шуканих параметрів з використанням механізмів, що нагадують біологічну еволюцію.

Еволюційна теорія підтверджує, що життя на планеті виникло спочатку лише в найпростіших формах – у вигляді одноклітинних організмів. Ці форми поступово ускладнювалися, пристосовуючись до навколишнього середовища, породжуючи нові види, і через багато мільйонів років з'явилися перші тварини і люди. Кожен біологічний вид з часом вдосконалює свої якості, щоб ефективно справлятися з найважливішими задачами виживання, самозахисту, розмноження. Таким чином виникло захисне забарвлення в багатьох риб і комах, панцир у черепахи, отрута у скорпіона тощо.

Еволюція – це процес постійної оптимізації біологічних видів. Природний відбір гарантує, що найбільш пристосовані особи надають більшу кількість нащадків, а завдяки генетичному спадкуванню частина нащадків не лише збереже високу пристосованість батьків, але буде мати і деякі нові властивості. Якщо нові властивості виявляються корисними, то з великою імовірністю вони перейдуть і в наступне покоління. Таким чином, відбувається нагромадження корисних якостей і поступове підвищення пристосованості біологічного виду в цілому. Знаючи, як вирішується задача оптимізації видів у природі, можна застосувати їх для рішення різних реальних задач.

Задачі оптимізації – поширений і важливий для практики клас задач. Їх доводиться вирішувати або в побуті, розподіляючи свій час між різними справами, або на роботі, домагаючись максимальної віддачі від прикладених зусиль. Деякі задачі легко розв'язати, але є і такі, точне рішення яких знайти практично неможливо.

Уведемо позначення і приведемо кілька класичних прикладів. Зазвичай, в задачі оптимізації можна керувати кількома параметрами ($x_1, x_2, \dots, x_n$). Метою є максимізація (чи мінімізація) певної функції, $f(x_1, x_2, \dots, x_n)$, що залежить від цих параметрів. Функція f називається цільовою функцією.

Наприклад, якщо потрібно максимізувати цільову функцію «дохід підприємства», тоді керованими параметрами буде кількість працівників підприємства, обсяг виробництва, витрати ресурсів, ціни на кінцеві продукти тощо. Ці параметри пов'язані між собою – наприклад, при зменшенні кількості співробітників швидше за все зменшиться й обсяг виробництва.

Генетичний алгоритм є комбінацією переборного та градієнтного методів. Механізми кросоверу (схрещування) та мутації реалізують переборну частину, а відбір кращих рішень – градієнтний спуск. Тобто, якщо на деякій множині задано складну функцію від кількох змінних, тоді генетичний алгоритм є програмою, яка за визначений час знаходить точку, де

значення функції знаходиться достатньо близько до максимально можливого значення, це буде одним із кращих рішень.

Генетичні алгоритми переважно призначені для пошуку рішень в багатовимірних просторах пошуку [8, с.187].

Завдання цього дослідження полягає в тому, що необхідно удосконалити систему управління за допомогою алгоритму еволюційної стратегії, а саме знайти такі показники за компонентами ЗСП, які в співвідношенні дадуть досягнення стратегічної мети підприємства. Визначимо головну мету (SM) підприємства (наприклад, підвищення прибутку за рахунок збільшення обсягів продажу продукції). До визначення головної мети підприємства залучають експертів. Відтак головна мета поділяється на підцілі за рівнями управління підприємством – вищий ($M_{vb} M_{vb}$), середній ($M_{co}^{vb} M_{co}^{vb}$) і нижчий ($M_{nu}^{vbco} M_{nu}^{vbco}$). Мету кожного рівня управління характеризують певними показниками, які в класичному варіанті поділені на чотири компоненти (фінанси $x_{kr} x_{kr}$, внутрішні процеси $y_{kl} y_{kl}$, зовнішні процеси $z_{kp} z_{kp}$, персонал $s_{kb} s_{kb}$), але для підприємств можуть бути винятки (наприклад, для вагонозбирального цеху вплив зовнішніх факторів незначний, тому вилучаємо компоненту «Зовнішні процеси»).

Вхідними даними для розв'язування задачі оптимізації прибутку є масив показників які визначають витрати і показники коштів, в межах яких потрібно розташувати витрати. Витрати, які значно перевищують бюджет автоматично підлягають виключенню з масиву. Але основним завданням в управлінні підприємством на основі ЗСП є досягнення стратегічної мети. Тому для знаходження оптимального набору показників для досягнення стратегічної мети підприємства (SM) на основі еволюційної стратегії було розглянуто критерії вибору показників за наступними компонентами.

Показники компоненти «Фінанси»: x_3 – валовий прибуток, тис. грн; x_4 – витрати на оплату праці, тис. грн.; x_5 – амортизація, тис. грн.; x_6 – витрати на оплату товарів і послуг, тис. грн.; x_7 – додана вартість, тис. грн.; x_8 – капітальні витрати, тис. грн.; x_9 – середня чисельність робітників, од.; x_{10} – сума коштів із зовнішніх джерел, тис. грн.; x_{20} – собівартість, тис. грн.; x_{21} – авансований капітал (активи мінус короткострокові зобов'язання), тис. грн.

Показники за компонентою «Внутрішні процеси»: y_1 – продуктивність праці, грн./люд.; y_4 – ефективність; y_8 – вартість робочої сили/виручка; y_{10} – капітальні витрати на одного працівника, грн./прац.; y_{18} – коефіцієнт змінності робітників; y_{12} – частка персоналу відповідної кваліфікації, %.

Показники за компонентою «Зовнішні процеси»: z_1 – рівень задоволеності клієнтів, балів; z_2 – частка ринку, %; z_4 – питома кількість реклаमाцій; z_6 – кількість постійних клієнтів, %.

Ці показники є базовими для розв'язання задачі оптимізації за допомогою алгоритму еволюційної стратегії. Наприклад, такий показник, як «валовий». Залежно від різновидів задач оптимізації, користувачі можуть додавати інші показники, які можуть істотно вплинути на результат виконання поставленої задачі.

До розглянутих показників можуть додаватися й інші, які будуть давати можливість досягнення підвищення прибутку (SM). Для роботи генетичного алгоритму створюється початкова популяція. Популяція – це набір генів. У нашому випадку ген – це набір показників для досягнення SM.

Наприклад: (a,b,c) – це гени, де a – показники за компонентою «Фінанси»; b – показники за компонентою «Внутрішні процеси»; c – показники за компонентою «Зовнішні процеси».

Початкова популяція може створюватись як з усіх можливих генів, так і мати певні обмеження. Тобто, є можливість існування тільки певної кількості генів. Після утворення початкового покоління кожен ген оцінюється на можливість продовження роду, тобто обчислюється функція корисності. У нашому випадку необхідно оцінити, за допомогою якого гена в задачі оптимізації відбудеться досягнення SM. Оцінивши результати – відбираємо приблизно 30%, які показали найкращий результат. Із збережених генів (проміжне покоління) за допомогою генетичних операцій – схрещення – утворюємо нове покоління і оцінюємо його спроможність щодо подальшого існування.

Для задач оптимізації пошук у досконалих генів продовжується доти, доки не досягнемо SM (рис. 1).

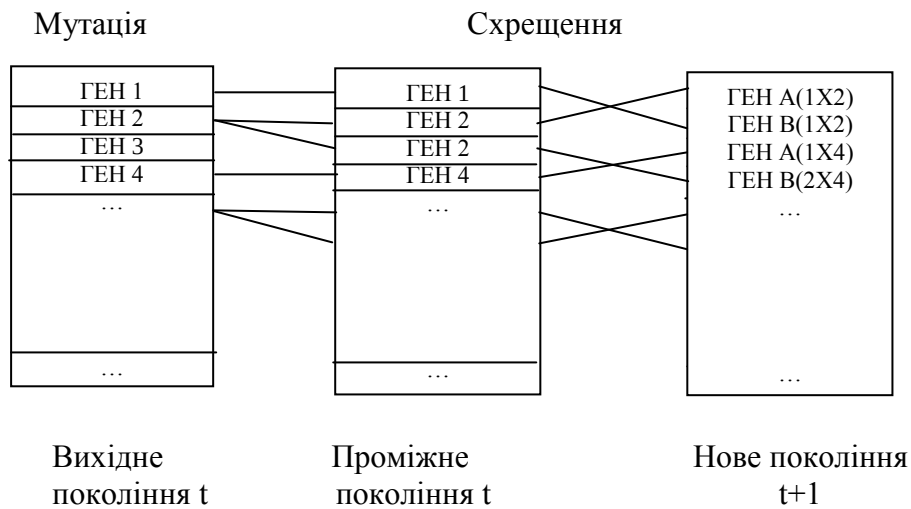


Рис. 1. Схема пошуку генів для нової популяції (розроблено авторами на основі [4])

Вхідними даними для роботи алгоритму еволюційної стратегії є масиви даних за компонентами ЗСП. Наведемо алгоритм виконання еволюційної стратегії для досягнення стратегічної цілі:

1. Початок роботи алгоритму.
2. Отримання вхідних даних. Отримуються масиви показників за компонентами «Фінанси» і «Внутрішні процеси», які необхідно узгодити між собою (табл. 1). Дані передаються із ЗСП.

Таблиця 1

Матриця коефіцієнтів значення чинників (розроблено авторами)

П	Х ₃	Х ₄	Х ₅	Х ₆	Х ₇	Х ₈	Х ₉	Х ₁₀	У ₁	У ₃	У ₁₄	У ₁₆	У ₁₈
Ч 1	0,169	0,18	0,08	0,115	0,024	-0,004	-0,79	-0,01	0,18	-0,01	0,17	-0,17	-0,057
Ч 2	-0,01	-0,48	0,1	0,009	-0,2	0,199	0,19	0,069	-0,039	0,2	-0,013	0,006	-0,17

Позначення: П – показник; Ч 1 – чинник 1; Ч 2 – чинник 2.

де x_3 – валовий прибуток, тис. грн.; x_4 – витрати на оплату праці, тис. грн.; x_5 – амортизація, тис. грн.; x_6 – витрати на оплату товарів і послуг, тис. грн.; x_7 – додана вартість, тис. грн.; x_8 – капітальні витрати, тис. грн.; x_9 – середня чисельність робітників, од.; x_{10} – сума коштів із зовнішніх джерел, тис. грн.; u_1 – продуктивність, грн./люд.; u_3 – результативність; u_{14} – фондівіддача, тис. грн.; u_{16} – матеріалоємність продукції; u_{18} – коефіцієнт змінності робітників.

3. Розраховуємо, які показники із компоненти «Внутрішні процеси» не перевищують показники компоненти «Фінанси». Аналізуємо і складаємо список тих процесів, що перевищують фінансові показники і вилучаємо їх.
4. Для кожного гена проводимо детермінований відбір без повторень кращих особин із загального покоління батьків і нащадків.
5. Розраховуємо витрати і вибираємо $m\%$ найкращих результатів. Для кожного можливого співвідношення показників за кожною парою із компонент («Фінанси» та «Внутрішні процеси», «Фінанси» та «Зовнішні процеси», «Внутрішні процеси» та «Зовнішні процеси»). Після цього із отриманих результатів вибираємо $m\%$ результатів.
6. Розраховуємо показники, які ввійдуть до ЗСП (за допомогою факторного аналізу).

7. Схрещуємо найкращі результати і отримуємо нові можливі геноми. За допомогою генетичних операторів (кросинговеру, мутації та інших) схрещуємо отримані покоління для можливого зародження досконалішого гена. Надалі для виконання генетичних операцій не використовуємо ті критерії, які дали негативні результати. Отримуємо нові можливі гени (нову популяцію). Переходимо до кроку 4. Завжди чи в деяких випадках.
8. Виведення результатів.
9. Кінець роботи алгоритму. Алгоритм реалізовано засобами Matlab, з використанням модуля Genetic Algorithm Tool. Цей варіант реалізації вибрано як найкращий тому, що він наглядно демонструє роботу алгоритму. Далі покроково виконаємо розрахунок компоненти «Фінанси».

У полі Fitness function вказуємо функцію, яку будемо оптимізовувати. У даному випадку – це функція компоненти «Фінанси», у вигляді @fitnessfun, де fitnessfun.m – назва М-файлу. У цьому файлі й потрібно описати оптимізаційну функцію (це можливо виконати через меню File->New->M-File). Функція має вигляд:

$$\text{function } z = \text{my fun}(x) \quad \text{function } z = \text{my fun}(x) \quad (1)$$

$$F_1 = 0,169 \times x(3) + 0,18 \times x(4) + 0,08 \times x(5) + 0,115 \times x(6) + 0,024 \times x(7) - 0,004 \times x(8) - 0,79 \times x(9) - 0,01 \times x(10)$$

Далі, якщо потрібно, можна задати обмеження в панелі Constraints або функцію обмеження. Але в цьому прикладі не вимагається встановлення обмежень, тому всі поля панелі Constraints залишимо не заповненими.

Панель Run Solver містить елементи управління (Start, Pause і Stop для початку, короткочасного та повного зупинення алгоритму). Також вона містить поля Status and results, в які виводяться поточні результати роботи генетичного алгоритму, і Final point, в якому виводиться значення кінцевої точки роботи алгоритму – найкращої величини функції, що оптимізується (тобто, пошукове значення).

У правій частині основного вікна утиліти Gatool знаходиться панель Options. Вона дозволяє встановлювати різні налаштування для роботи генетичних алгоритмів. При натисканні мишею по кнопці [+], які знаходяться навпроти назви кожного з параметрів, що налаштовуються в панелі Options, з'являються випадаючі списки, що містять поля для введення і зміни відповідних параметрів генетичного алгоритму.

Основними параметрами, що налаштовуються в Gatool, є:

- популяція (вкладка Population);
- масштабування (вкладка Fitness Scaling);
- оператор відбору (вкладка Selection);
- оператор репродукції (вкладка Reproduction);
- оператор мутації (вкладка Mutation);
- оператор схрещування (вкладка Crossover);
- перенесення особин між популяціями (вкладка Migration);
- спеціальні параметри алгоритму (вкладка Algorithm settings);
- задання гібридної функції (вкладка Hybrid function);
- задання критерія зупинки алгоритму (вкладка Stopping criteria);
- виведення різної додаткової інформації по ходу роботи генетичного алгоритму (вкладка Plot Functions);
- виведення результатів роботи алгоритму у вигляді нової функції (вкладка Output function);
- задання набору інформації для виводу в командне вікно (вкладка Display to command window);
- засіб обчислення значень оптимізованої і обмежуючої функцій (вкладка User function evaluation).

У вкладці налаштування популяцій користувач має можливість вибрати тип математичних об'єктів, до яких відноситимуться особини всіх популяцій (подвійний вектор,

бітовий рядок або призначений для користувача тип). При цьому варто враховувати, що використання бітового рядка і призначених для користувача типів накладають обмеження на перелік допустимих операторів створення, мутації і схрещування особин. Так, наприклад, при виборі в якості форми представлення особин бітового рядка для оператора схрещування не можна використовувати гібридну функцію або нелінійну обмежувальну функцію.

Також вкладка популяції дозволяє налаштовувати розмір популяції (із скількох особин складатиметься кожне покоління) і яким чином створюватиметься початкове покоління (Uniform – якщо відсутні обмеження, що накладаються, інакше – Feasible population). Крім того, у цій вкладці є можливість задавати в ручному режимі початкове покоління (використовуючи пункт Initial population) або його частину, початковий рейтинг особин (пункт Initial scores), а також ввести обмежувальний числовий діапазон, якому повинні належати особини початкової популяції (Initial range).

У вкладці масштабування (Fitness Scaling) користувач має можливість вказати функцію масштабування, яка конвертує значення, що досягаються функцією, яка оптимізується в значення, які є в межах допустимих для оператора відбору. При виборі в якості функції масштабування параметра Rank, масштабування приводитиметься до рейтингу, тобто особинам привласнюється рейтинговий номер (для кращої особини – одиниця, для наступної – двійка, і т.д.). Пропорційне масштабування (Proportional) задає вірогідність пропорційно заданому числовому ряду для особин. При виборі опції Top найбільше рейтингове значення привласнюється відразу декільком найбільш видатним особинам (їх число вказується у вигляді параметра). При відборі масштабування типу Shift linear є можливість вказати максимальну вірогідність найкращої особини.

Вкладка Selection дозволяє вибрати оператори відбору батьківських особин на основі даних з функції масштабування. Як доступні для вибору варіанти оператора відбору пропонуються наступні:

- Tournament – випадково вибирається вказане число особин, серед них на конкурсній основі вибираються кращі;
- Roulette – імітується рулетка, в якій розмір кожного сегменту встановлюється відповідно до його вірогідності;
- Uniform – батьки вибираються випадковим чином згідно із заданим розподілом і з урахуванням кількості батьківських особин та їх вірогідності;
- Stochastic uniform – будується лінія, в якій кожному батьку ставиться у відповідність її частина певного розміру (залежно від вірогідності батька), потім алгоритм пробігає над лінією кроками однакової довжини і вибирає батьків залежно від того, на яку частину лінії потрапив крок.

Вкладка Reproduction уточнює яким чином відбувається створення нових особин. Пункт Elite count дозволяє вказати число особин, які гарантовано перейдуть в наступне покоління. Пункт Crossover fraction вказує долю особин, які створюються шляхом схрещування. Остання доля створюється шляхом мутації.

У вкладці оператора мутації вибирається його тип. Доступні наступні варіанти:

- Gaussian – додає невелике випадкове число (згідно з розподілом Гауса) до всіх компонентів кожного вектора-особини;
- Uniform – вибираються випадковим чином компоненти векторів і замість них записуються випадкові числа з допустимого діапазону;
- Adaptive feasible – генерує набір напрямів залежно від останніх найбільш вдалих і невдалих поколінь і з врахуванням обмежень, що накладаються, просувається уздовж всіх напрямів на різну довжину;
- Custom – дозволяє задати власну функцію.

Вкладка Crossover дозволяє вибрати тип оператора схрещування (одноточкове, двоточкове, евристичне, арифметичне або розсіяне (Scattered), при якому генерується випадковий двійковий вектор відповідності батьків).

Далі аналогічним чином переміщуємося по потрібних вкладках та ставимо необхідні для виконання функції чи обмеження.

Вкладка виведення результатів у вигляді нової функції (Output function) дозволяє включити виведення історії роботи алгоритму в окремому вікні з певним інтервалом нащадків (прапорець History to new window і поле Interval відповідно), а також дозволяє задавати і виводити довільну вихідну функцію, яку задано в полі Custom function.

Вкладка User function evaluation описує, в якому порядку виконується обчислення значень функції, що оптимізується і обмежувальної функції (окремо, паралельно або одночасно).

Після виконання потрібних операцій отримаємо графік (рис. 2):

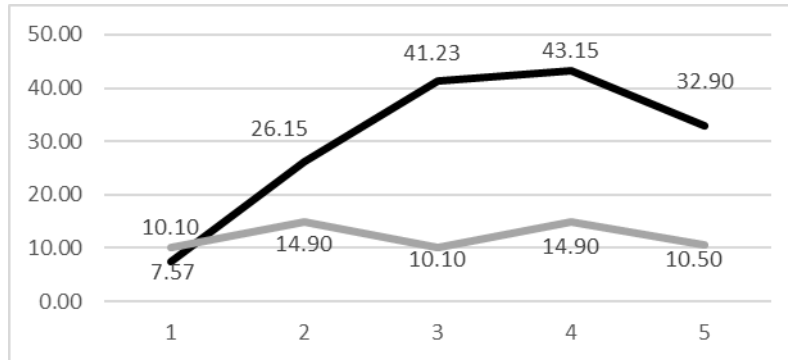


Рис. 2. Значення компоненти «Фінанси» (розроблено авторами)

За даними рис. 2 можна зробити висновок про те, що до застосування еволюційної стратегії показники компоненти «Фінанси» N-го вагонобудівельного і вагоноремонтного підприємства були такі: 10,10; 14,9; 10,1; 14,9; 10,5 (на рис. зображені сірою лінією) та після застосування: 7,57; 26,15; 41,23; 43,15; 32,9 (на рис. зображені чорною лінією). Отримані результати свідчать про те, що всі показники, окрім першого, покращилися.

Аналогічними розрахунками визначимо показники для інших компонент ЗСП (внутрішні процеси, зовнішні процеси) та для загальної цілі (SM) підприємства.

У результаті проведених досліджень з метою вдосконалення системи управління вагонобудівельними і вагоноремонтними підприємствами, управління якими здійснюється на основі ЗСП, запропоновано алгоритм еволюційної стратегії, за рахунок чого буде забезпечено максимальну віддачу від виробничих ресурсів в процесі досягнення підприємством поставлених цілей і з урахуванням можливих змін, викликаних нестабільністю економіки в країні.

Висновки і перспективи подальших розробок. У статті запропоновано застосування алгоритму еволюційної стратегії як різновиду генетичного алгоритму для вдосконалення управління та підтримки прийняття рішень на вагонобудівельних і вагоноремонтних підприємствах. Описано поняття генетичного алгоритму, вказано в чому полягає відмінність алгоритму еволюційної стратегії, а також описано покрокове виконання даного алгоритму. Впровадження алгоритму еволюційної стратегії дозволить визначити адекватну оцінку стану підприємства і приймати ефективні рішення на основі співвідношення показників за компонентами ЗСП, що може бути використана будь-яким підприємством або його контрагентами для скорочення часу та зменшення витрат на прийняття управлінських рішень.

Подальші дослідження мають бути спрямовані на розроблення алгоритму еволюційної стратегії для інших компонент ЗСП та основної стратегії підприємства, що дасть можливість вдосконалити систему управління та підтримки прийняття рішень на вагонобудівельних і вагоноремонтних підприємствах.

Література

1. Грицишин Я. М., Корпильов Д. В., Кривий Р. З., Свірідова Т.В., Ткаченко С. П. Генетичні алгоритми для розв'язання задач розміщення // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2009. № 638. С. 271–276.
2. Poli R., Langdon W. B., McPhee N. F. A field guide to genetic programming. Lulu.com. March 2008. URL: http://digitalcommons.morris.umn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1001&context=cs_facpubs (дата звернення: 11.01.2018).
3. Back T. Evolutionary algorithms in theory and practice: evolution strategies, evolutionary programming, genetic algorithms. New York, Oxford University Press, 1996. 319 p.
4. Cordon O., Herrera-Viedma E., Luque M. Evolutionary learning of boolean queries by multiobjective genetic programming // Parallel Problem Solving from Nature – PPSN VII, LNCS, Granada, Spain. 2002. № 2439. Pp. 710–719.
5. Paniagua R. S., Flores Romero J. J., Coello C. A. A genetic representation for dynamic system qualitative models on genetic programming: a gene expression programming approach // Proceedings of 6th Mexican international conference on artificial intelligence, MICAI, Aguascalientes, Mexico. 2007. № 4827. Pp. 30–40.
6. Al-Sakran H., Koza J. R., Jones L. W. Automated re-invention of a previously patented optical lens system using genetic programming // Proceedings of 8th European conference on genetic programming, Lausanne, Switzerland. 2005. № 3447. Pp. 25–37.
7. Рутковская Д., Пилиньский М., Рутковский Л. Нейронные сети, генетические алгоритмы и нечеткие системы / Пер. с пол. И. Д. Рудинского. М.: Горячая линия-Телеком, 2006. 452 с.
8. Вітлінський В. В., Скіцько В. І. Еволюційне моделювання в процесах прийняття рішень // Актуальні проблеми економіки. 2013. № 1. С. 187–201.

References

1. Grytysshyn, J. M., Korpyliov, D. V., Kryvyi, R. Z., Sviridova, T. V., Tkachenko, S. P. (2009). Genetic algorithms for solving placement problems [Genetychni alhorytmy dlia rozv'iazannia zadach rozmishchennia], Visnyk Natsionalnoho Universytetu «Lvivska Politekhnikha», No. 638, s. 271–276 [in Ukrainian]
2. Poli, R., Langdon, W. B., McPhee, N. F. (2008). A field guide to genetic programming, available at: http://digitalcommons.morris.umn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1001&context=cs_facpubs.
3. Back, T. (1996). Evolutionary algorithms in theory and practice: evolution strategies, evolutionary programming, genetic algorithms, Oxford University Press, New York, 319 p.
4. Cordon, O., Herrera-Viedma, E., Luque, M. (2002). Evolutionary learning of boolean queries by multiobjective genetic programming, Parallel Problem Solving from Nature – PPSN VII, LNCS, Granada, Spain, No. 2439, pp. 710–719.
5. Paniagua, R. S., Flores Romero, J. J., Coello C. A. (2007). A genetic representation for dynamic system qualitative models on genetic programming: a gene expression programming approach, Proceedings of 6th Mexican international conference on artificial intelligence, MICAI, Aguascalientes, Mexico, No. 4827, pp. 30–40.
6. Al-Sakran, H., Koza, J. R., Jones, L. W. (2005). Automated re-invention of a previously patented optical lens system using genetic programming, Proceedings of 8th European conference on genetic programming, Lausanne, Switzerland, No. 3447, pp. 25–37.
7. Rutkovskaya, D., Pilinskiy, M., Rutkovskiy, L. (2006). Neural networks, genetic algorithms and fuzzy systems. Trans. from Pol. [Neyronnye seti, geneticheskie algoritmy i nechetkie sistemy: Translation by I. D. Rudinskiy], Goryachaya liniya-Telekom, Moskva, 452 s. [in Russian]
8. Vitlinskii, V. V., Skitsko, V. I. (2013). Evolutionary modeling in decision-making processes. [Evoliutsiine modeliuvannia v protsesakh pryiniattia rishen], Aktualni problemy ekonomiky, No. 1, s. 187–201 [in Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 06.02.2018.

UDC: 658.012.2

Zoia SOKOLOVSKA

PhD in Economics, Professor, Head of Economic Cybernetics and Information Technologies Department, Odessa National Polytechnic University, Ukraine, e-mail: nadin_zs@te.net.ua, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5595-7692>

Iryna KAPUSTIAN

Postgraduate student of Economic Cybernetics and Information Technologies Department, Odessa National Polytechnic University, Ukraine, e-mail: kapustyanirene@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4915-7864>

**MODELING THE ADVERTISING STRATEGY OF ENTERPRISES
ON THE PHARMACEUTICAL PRODUCTS MARKET**

Sokolovska, Z., Kapustian, I. (2018). Modeling the advertising strategy of enterprises on the pharmaceutical products market. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Modeliuvannia reklamnoi stratehii pidpriemstv na rynku farmatsevtichnoi produktsii; za red.: M. I. Zveriyakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; Visnik social'no-ekonomichnih doslidzen' (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 1 (65), pp. 217-226.

Abstract. An analysis of the studies results on the advertising strategies formation for industrial enterprises is carried out. The specifics of the advertising strategies development by pharmaceutical industry enterprises are determined. A review of well-known applications of the mathematical apparatus during the problem solution is explored. The necessity of using the simulation approach in the process of modeling advertising strategies is substantiated. Applied aspects of the use of simulation modeling are presented on the example model of the pharmaceutical enterprise advertising company. The model is implemented on the platform of the system of multi-threaded simulation AnyLogic. The expediency of using the proposed mathematical apparatus in increasing the efficiency of enterprises marketing activities is confirmed by the submitted results of simulation experiments.

Keywords: pharmaceutical enterprise; pharmaceutical market; advertising strategy; simulation modeling; simulation experiment; AnyLogic system.

Зоя Миколаївна СОКОЛОВСЬКА

доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економічної кібернетики та інформаційних технологій, Одеський національний політехнічний університет, Україна, e-mail: nadin_zs@te.net.ua, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5595-7692>

Ірина Володимирівна КАПУСТЯН

аспірант кафедри економічної кібернетики та інформаційних технологій, Одеський національний політехнічний університет, Україна, e-mail: kapustyanirene@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4915-7864>

**МОДЕЛЮВАННЯ РЕКЛАМНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ
НА РИНКУ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ**

Соколовська, З. М., Капустян, І. В. Моделювання рекламної стратегії підприємств на ринку фармацевтичної продукції // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць (ISSN 2313-4569); за ред. М. І. Звєрякова (голов. ред.) та ін. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2018. № 1 (65). С. 217-226.

Анотація. У статті проаналізовано результати досліджень з формування рекламних стратегій промислових підприємств. Визначена специфіка розробки рекламних стратегій підприємствами фармацевтичної галузі. Зроблено огляд відомих застосувань математичного апарату в ході розв'язання проблеми. Обґрунтована необхідність використання імітаційного підходу в процесі моделювання рекламних стратегій. Прикладні аспекти застосування імітаційного моделювання представлені на прикладі моделі проведення рекламної компанії підприємством фармацевтичної галузі. Модель реалізована на платформі системи багатопідходного імітаційного моделювання AnyLogic. Доцільність використання запропонованого математичного інструментарію у підвищенні ефективності маркетингової діяльності підприємств підтверджена наведеними результатами імітаційних експериментів.

Ключові слова: фармацевтичне підприємство; ринок фармацевтичної продукції; рекламна стратегія; імітаційне моделювання; імітаційний експеримент; система AnyLogic.

Зоя Николаевна СОКОЛОВСКАЯ

доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой экономической кибернетики и информационных технологий, Одесский национальный политехнический университет, Украина, e-mail: nadin_zs@te.net.ua, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5595-7692>

Ирина Владимировна КАПУСТЯН

аспирант кафедры экономической кибернетики и информационных технологий, Одесский национальный политехнический университет, Украина, e-mail: kapustyanirene@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4915-7864>

**МОДЕЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЙ
НА РЫНКЕ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ**

Соколовская, З. Н., Капустян, И. В. Моделирование рекламной стратегии предприятий на рынке фармацевтической продукции // Вестник социально-экономических исследований: сб. науч. трудов (ISSN 2313-4569).; под ред. М. И. Зверькова (глав. ред.) и др. (ISSN 2313-4569). Одесса: Одесский национальный экономический университет. 2018. № 1 (65). С. 217–226.

Аннотация. В статье проанализированы результаты исследований по формированию рекламных стратегий промышленных предприятий. Определена специфика разработки рекламных стратегий предприятиями фармацевтической отрасли. Сделан обзор известных применений математического аппарата в ходе решения проблемы. Обоснована необходимость использования имитационного подхода в процессе моделирования рекламных стратегий. Прикладные аспекты применения имитационного моделирования представлены на примере модели проведения рекламной компании предприятием фармацевтической отрасли. Модель реализована на платформе системы многоподходного имитационного моделирования AnyLogic. Целесообразность использования предложенного математического инструментария в повышении эффективности маркетинговой деятельности предприятий подтверждена приведенными результатами имитационных экспериментов.

Ключевые слова: фармацевтическое предприятие; рынок фармацевтической продукции; рекламная стратегия; имитационное моделирование; имитационный эксперимент; система AnyLogic.

JEL classification: C610; C630; C650

1. Introduction

The development of methodological and methodical principles of advertising activities in domestic enterprises is gaining importance due to the activation of their marketing in the conditions of the consumer-oriented economy. Firstly, it concerns the problems of forming an advertising strategy, as one of the determining effectiveness factors of marketing and production activities of enterprises in general. However, the effectiveness of advertising remains low despite the significant increase in advertising costs in Ukraine during the last decade. Advertising strategy is a significant component of the business process, which is changing under the influence of information technology development. Today the main direction is the introduction of the digital marketing concepts as a complex of information and technological solutions. New types and forms of advertising are emerging based on modern digital technologies. It plays a special role for industries, which have flexible production and marketing systems, a significant of product market segmentation and high levels of competition. The pharmaceutical industry is one of these industries. In such conditions, the formation of advertising strategies requires serious preliminary diagnostics, assessment of the complex impact advertising measures on the production and financial performance of the research object, which, in turn, involves the attraction of a special mathematical apparatus. According to above situation, the simulation of advertising strategies for pharmaceutical companies is an urgent and timely task.

2. Analysis of research and publications of recent years

Domestic and foreign researchers [1; 2; 3; 4; 5] made a considerable scientific contribution to the development of problems of advertising activity. In addition, literary sources focus on the use of mathematical apparatus for solving specific problems associated with the advertising process.

In work [6] proposes an approach to modeling advertising companies by means of network planning and management.

Among the most common applications, the using of optimal and economy-statistical methods are popular. Publications [7; 8; 9] is devoted to the questions of modeling advertising campaigns. The topical tasks are optimizing the cost on advertising company in predicting an increase in revenue from the sale of goods or services, determine optimal distribution of advertising campaign budget between types of advertising events – sources of mass media. To work with the mathematical model of an advertising company the relevant software products (as the smallest Excel spreadsheets) are often used because in the solution of these problems have to face multicriteria optimization. At the heart of the analysis of the linear mathematical model most commonly used is the simplex method, by which the search for an optimal solution, usually, is due to variations one group of variables. However, several groups of variables vary simultaneously in cases that are more complex. Often, optimization is the optimal allocation of the total amount funds allocated to an advertising company, taking into account the provision of the maximum number of buyers.

Researchers argue that it is possible to set the new causal relationships that specific for system if approach to the analysis of an advertising company from position of system analysis and consider individual promotional activities as elements of the system [9]. As example, the correlation relationship between advertising events, synergistic and emergent effects. In recent years, some projects are development with the use of simulation methods [10; 11; 12; 13].

3. Problem description

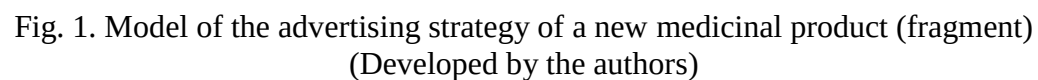
The problem of modeling the advertising strategies of pharmaceutical industry remains not fully disclosed despite existing scientific developments. This is due to the specifics of advertising companies exactly in this field on the one hand and to insufficient use of the mathematical apparatus suitable for solving specific problems on the other hand. Famous traditional mathematical applications are characterized by objective defects that reduce the effect of modeling the advertising activities of enterprises. The main ones are the impossibility to study processes in dynamics (taking into account the occurrence of processes in real time and changes in events) and the inability to take into account the influence of many stochastic factors on the external and internal environment of the enterprise. In this regard, in our opinion, it is expedient to use of a simulation modeling methods, which have so far very limited application.

4. Setting goals and objectives

The purpose of the article is the disclosure of the possibilities of simulation methods application in the process of formation advertising strategies of pharmaceutical enterprises. Task of the article is study the dynamics advertising of pharmaceutical enterprise in real time influenced of stochastic factors. Testing the model of advertising strategy by conducting various experiments.

5. The main material research

The goals of pharmaceutical advertising do not differ from the goals of advertising any product group and consists in attraction the buyer to the purchase of the advertised product. The specifics of the industry affects on advertising processes and the formation advertising strategies for pharmaceutical companies. The peculiarities of the advertising object and the target audience, the specifics of perception of pharmaceutical products by potential users, the necessity to adhere to the legislative regulation norms and self-regulation activity of pharmaceutical organizations are determine the specifics of advertising pharmaceutical products. The application of simulation models offers many advantages over the implementation of experiments on a real system and use of other methods, namely: cost, time, accuracy, visibility, universality, and others. The module of advertising strategies developed within the framework of creation complex model of production and sales system on pharmaceutical enterprise. It researches the impact of costs for any advertising sources on the income level in the context of various strategies of medicines promotion. The fragment of the model is shown in fig. 1.



The work of the module allows to adjust the necessary amount of expenses for advertising tools; to determine the reasonable period of the advertising campaign of pharmaceutical products; optimize the effectiveness of marketing costs, maximize revenue from advertising campaigns. The simulation model provides the opportunity for computer experiments to select the optimal combination of advertising strategies to minimize the cost of their implementation and maximize revenue from sales.

The software platform for the implementation of the model is the system of multilevel simulation modeling AnyLogic, which supports all existing simulation methods on the single platform (Discrete Event, System Dynamics, Agent-Based).

The system-dynamic fragment of the model is containing the following elements:

1. Reservoirs:
 - Target_audience;
 - Information_carriers;
 - Users.
2. Streams:
 - Informing;
 - Purchase;
 - Lack_of_demand;
 - Forgetting_information.
3. Parameters:
 - Coefficient_of_forgetting;
 - Population_of_Ukraine;
 - Product_value.
4. Table functions:
 - Probability_of_purchase;
 - Demand.
5. Variables:
 - Number_of_purchases;
 - General_expenses.
6. Developments:
 - Fact_of_purchase;
 - Monthly_advertising.

The remaining elements of the model belong to the category of Dynamic variables. The content of the streams is formed through parameters, dynamic variables or table functions. The demand function is formed by different algorithms depending on the particular market situation that is simulated.

Imitation experiments can be performed at different time periods with different duration of the simulation step. Time periods are determined by the user in the process of directly configuring the experiment. Approbation of the simulation model of the advertising company is considered on the example of pharmaceutical company open joint-stock company «Farmak» – one of the largest pharmaceutical manufacturers of various pharmacotherapeutic groups in Ukraine.

According to [14], the company's advertising costs for the first half of 2017 amounted to \$ 28,725.8K. The company holds 6.5% of the market for pharmaceuticals among all manufacturers (including foreign producers) and 16.8% of the medicines market among Ukrainian producers [15].

In pharmacology, all medicines are divided into 5 groups: Vitamins and Supplements; Cough and Cold preparations; Immunostimulants; Cardiovascular preparations; Anesthetics and antispasmodics.

Creation and testing of the model is carried out on indicators of the group «Cardiovascular preparations». The demand function on this group for doing experiments is presented in fig. 2.

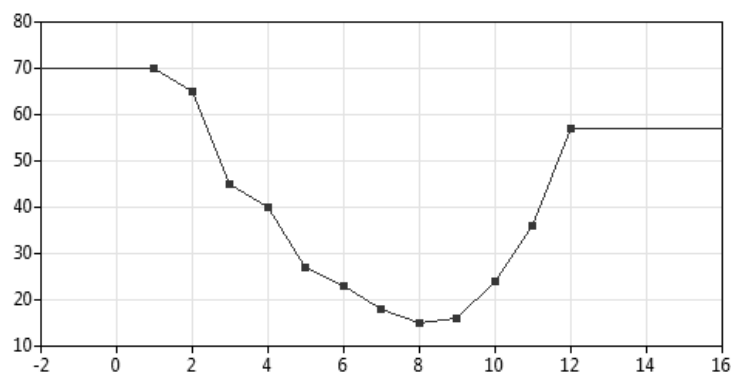


Fig. 2. Function of demand for cardiovascular preparation monthly, %
(Developed by the authors)

The main sources of informing potential buyers about medicines of this group with the corresponding rating are [14]:

- Appointment of a doctor (88%);
- Own experience (73%);
- Advice of relatives (39%);
- Search engines (30%);
- Official site (26%);
- TV (8%);
- Outdoor advertising (5%);
- Radio (5%);
- Banner advertising (4%);

The process of informing the target audience is described by the Nerlow-Errow model (N-A model), which has the form of differential equation of the 1st order:

$$\frac{dA}{dt} = b \cdot q(t) - k \cdot A, \quad (1)$$

when $A(t)$ – knowledge about product (number of informed people about product in the t period);

$q(t)$ – advertising activity (advertising costs in the t period);

b – advertising effectiveness (rating of the source of advertising);

k – the speed of information oblivion.

The cost of the product is an important parameter for making a decision on the purchase of a medicinal product. The probability of a product purchase depending on the cost of the product for the group of cardiovascular preparations is shown in fig. 3.

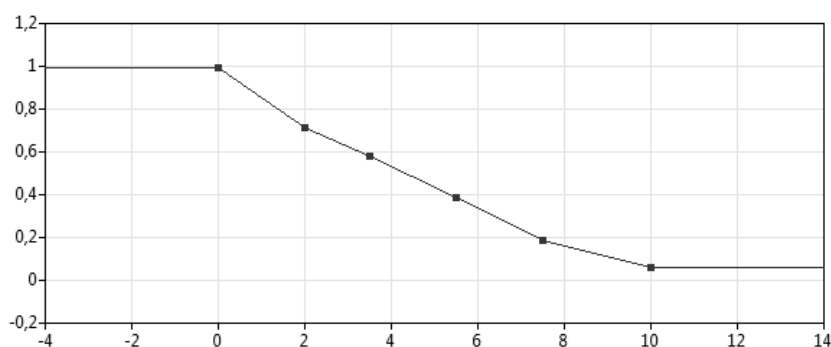


Fig. 3. The probability of purchase depending on the product cost, %
(Developed by the authors)

The monthly costs for different sources of advertising and the cost of the new product act as variables in carrying out experiments on the simulation model.

Suppose that advertising campaign for new product launches on one year. Model time – 12 months with step in 1 month. Let the advertising budget is evenly distributed among the medicines groups and the advertising of the new product accounts for 20% of the total advertising costs for the year. As follows, advertising costs of the new product should not exceed \$ 2,300K for year. The advertising budget is distributed among the sources of advertising in accordance with their effectiveness (tab. 1).

Table 1

Funding for advertising sources (Developed by the authors based on [15])		
Sources of advertising	Advertising costs	Amount of costs per year
Appointment of a doctor	31.6%	\$ 726.8K
Own experience	26.3%	\$ 604.9K
Advice of relatives	14.0%	\$ 322.0K
Search engines	10.8%	\$ 248.4K
Official site	9.4%	\$ 216.2K
TV	2.9%	\$ 66.7K
Outdoor advertising	1.8%	\$ 41.4K
Radio	1.8%	\$ 41.4K
Banner advertising	1.4%	\$ 23.0K

Experiment 1. The costs of advertising a new product are evenly distributed over the entire simulation period. For each run of the model, the cost of the product is \$ 0.75, \$ 2.60, \$ 4.45, \$ 6.30, \$ 8.60, \$ 11.50 respectively.

If product cost is \$ 0.75, the annual income is \$ 60,251.50K.
 If product cost is \$ 2.60, the annual income is \$ 171,103.18K.
 If product cost is \$ 4.45, the annual income is \$ 235,188.43K.
 If product cost is \$ 6.30, the annual income is \$ 233,044.37K.
 If product cost is \$ 8.60, the annual income is \$ 152,818.79K.
 If product cost is \$ 11.50, the annual income is \$ 97,226.99K.

The times schedule for changing the parameters: target_audience, information_carriers, users are shown in fig. 4.

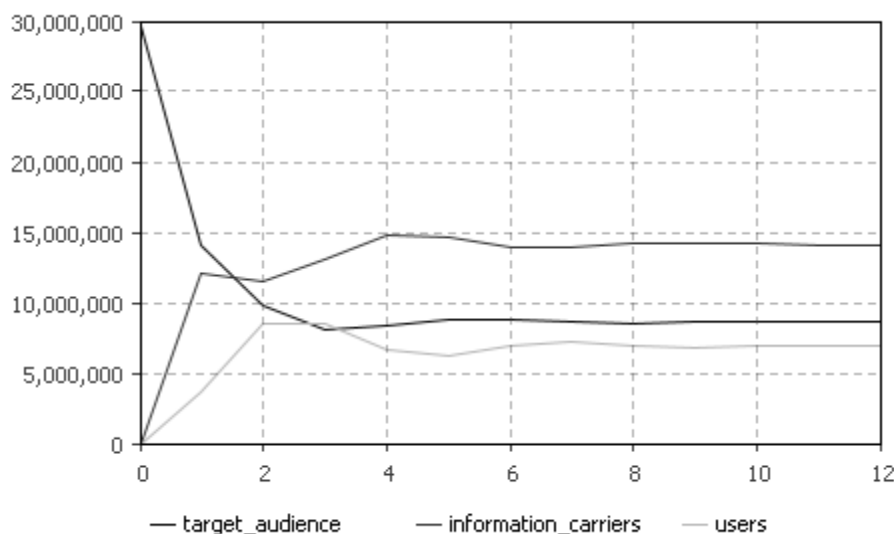


Fig. 4. The times schedule of the parameters: target_audience, information_carriers, users (Developed by the authors)

Fig. 4 is shown that the first 3 months of advertising is quite effective, but starting from the 4th month, advertising costs are unfounded and do not have the expected response of the target audience. Such conclusions led to the second cycle of experiments.

Experiment 2. The costs of advertising a new product are evenly distributed for the first 3 months, and since the 4th month of the simulation are make up \$ 0. For each run of the model, the cost of the product is \$ 0.75, \$ 2.60, \$ 4.45, \$ 6.30, \$ 8.60, \$ 11.50 respectively.

If product cost is \$ 0.75, the annual income is \$ 60,617.86K.
 If product cost is \$ 2.60, the annual income is \$ 172,025.45K.
 If product cost is \$ 4.45, the annual income is \$ 236,312.50K.
 If product cost is \$ 6.30, the annual income is \$ 233,997.46K.
 If product cost is \$ 8.60, the annual income is \$ 153,340.94K.
 If product cost is \$ 11.50, the annual income is \$ 97,534.72K.

The times schedule for changing the parameters: target_audience, information_carriers, users are shown in fig. 5.

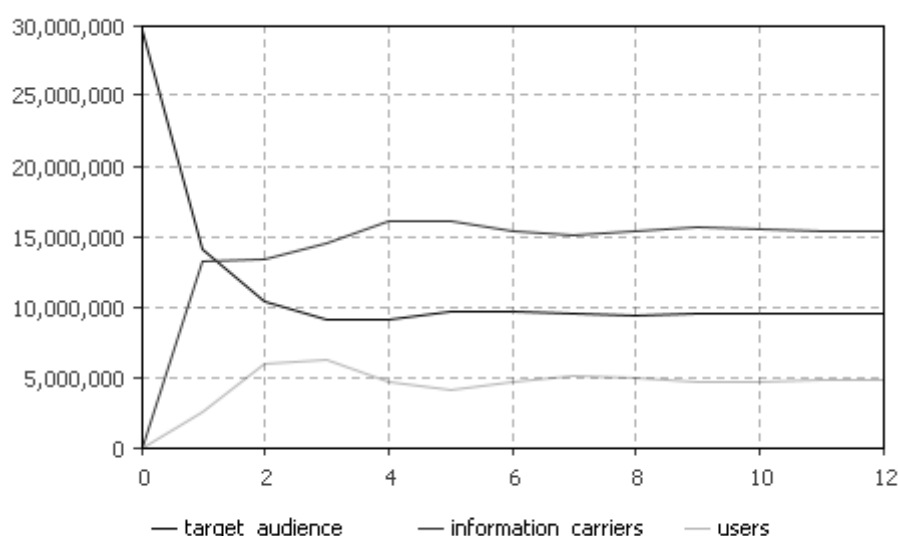


Fig. 5. The times schedule of the parameters: target_audience, information_carriers, users
(Developed by the authors)

Fig. 5 is shown that after the cessation of advertising, the number of users decreased significantly, the level of information carriers increased significantly. Such conclusions led to the third cycle of experiments.

Experiment 3. The 80% of annual cost of advertising a new product is evenly distributed in the first 3 months, the last 20% is evenly distributed over the next 9 months. For each run of the model, the cost of the product is \$ 0.75, \$ 2.60, \$ 4.45, \$ 6.30, \$ 8.60, \$ 11.50 respectively.

If product cost is \$ 0.75, the annual income is \$ 60,558.88K.
 If product cost is \$ 2.60, the annual income is \$ 171,877.05K.
 If product cost is \$ 4.45, the annual income is \$ 236,132.18K.
 If product cost is \$ 6.30, the annual income is \$ 233,845.09K.
 If product cost is \$ 8.60, the annual income is \$ 153,257.48K.
 If product cost is \$ 11.50, the annual income is \$ 97,485.51K.

The times schedule for changing the parameters: target_audience, information_carriers, users are shown in fig. 6.

Fig. 6 is shown that the uneven distribution strategy of advertising budget between the first and last months of advertising keeps the number of users at a rather high level. A high part of target audience are carriers of information.

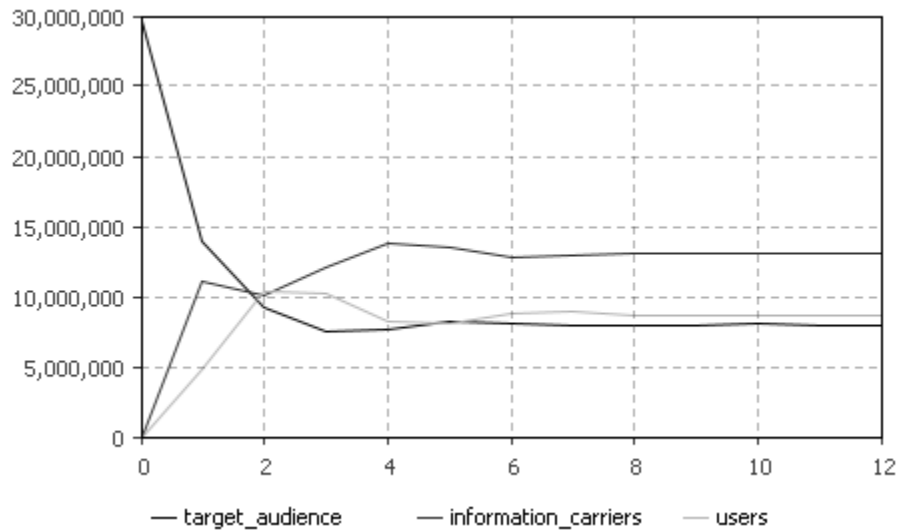


Fig. 6. The times schedule of the parameters: target_audience, information_carriers, users
(Developed by the authors)

Common amounts of incomes, that received as a result of the experiments, are presented in tab. 2.

Table 2

Amounts of incomes received as a result of experiments (Developed by the authors)

Advertising costs Product cost	Experiment 1	Experiment 2	Experiment 3
< \$ 2	\$ 60,251.50K	\$ 60,617.86K	\$ 60,558.88K
\$ 2–\$ 3.5	\$ 171,103.18K	\$ 172,025.45K	\$ 171,877.05K
\$ 3.5–\$ 5.5	\$ 235,188.43K	\$ 236,312.50K	\$ 236,132.18K
\$ 5.5–\$ 7.5	\$ 233,044.37K	\$ 233,997.46K	\$ 233,845.09K
\$ 7.5–\$ 10	\$ 152,818.79K	\$ 153,340.94K	\$ 153,257.48K
> \$ 10	\$ 97,226.99K	\$ 97,534.72K	\$ 97,485.51K

Tab. 2 is shown that the optimal strategy for distribution advertising costs to maximize income is strategy of experiment 2, when the entire budget is spent in the first months, and in recent months advertising costs are zero.

However, if the company's management is more interested in the increased market share, then it needs to be guided by the strategy of experiment 3. The level of income in this case is slightly lower, but the number of users of the new product significantly increases.

The company will obtained the highest level of income from any advertising strategy when establishing a product cost ranging from \$ 3.5 to \$ 5.5.

5. Conclusions

The presented fragment is a module of the general model of definition and analysis the advertising strategy of enterprises, in particular, objects of the pharmaceutical industry.

The simulation model of the marketing activity of the pharmaceutical enterprise is allowed to analyze the current state of affairs in a short time, optimize the company's current activities, reduce advertising costs and develop a plan for further action. The conducted simulation experiments have proven the feasibility of using the proposed mathematical and simulation tools in increasing the efficiency marketing activities of enterprises.

Further research will focus on the development the analytical component of the model, as well as the planning and implementation of optimization experiments using various target optimization functions.

References

1. Korotkyi, G. I., Vinnikova, I. I. (2009). Advertising management [Reklamnyi menedzhment], DAJCG, Kyiv, 241 p. [in Ukrainian]
2. Kristofer, M., Khelen, P. (2005). Marketing logistics [Marketingovaya logistika], Technology, Moscow, 200 p. [in Russian]
3. Galitsyn, V. K., Demyanenko, V. V., Potapenko, S. D. (2008). Optimal planning of the process of placing advertising messages [Optymalne planuvannya protsesu rozmishchennia reklamnykh povidomlen], Marketing in Ukraine, No. 1, pp. 16–20 [in Ukrainian]
4. Demyanenko, V. V., Potapenko, S. D. (2006). Modeling the process of distributing advertising messages by means of the Internet [Modeliuvannya protsesu rozpovsiudzhennia reklamnykh povidomlen zasobamy Internet], Modeling and information systems in economics, No. 73, pp. 148–154 [in Ukrainian]
5. Golda, N. (2007). Features of the formation of advertising strategy» [Osoblyvosti formuvannia reklamnoi stratehii], Galician economic herald, No. 4 (15), pp. 75–79 [in Ukrainian]
6. Potapenko, S. D., Demyanenko, V. V. (2003). Modeling of advertising campaigns by means of network planning and management [Modeliuvannya reklamnykh kampanii zasobamy merezhevoho planuvannia ta upravlinnia], Marketing in Ukraine, No. 1, pp. 34–38 [in Ukrainian]
7. Terpugov, A. F., Shchirova, N. P. (2002). Mathematical model of optimal investment of funds in an advertising campaign [Matematicheskaya model optimalnogo vlozheniya sredstv v reklamnyu kampaniyu], Herald of Tomsk state university, No. 275, pp. 224–227 [in Russian]
8. Terpugov, A. F., Shchirova, N. P. (2001). The mathematical model of the influence of advertising on the company's capital when selling a homogeneous product [Matematicheskaya model vlianiya reklamy na kapital kompanii pri prodazhe odnorodnogo tovara], Statistical processing of data and control in complex systems, No. 3, pp. 156–162 [in Russian]
9. Tikhonov, O. (2000). A mathematical model for achieving the required level of fame of a good (service) [Matematicheskaya model dostizheniya neobkhodimogo urovnya izvestnosti tovara (uslugi)], Practical marketing, No. 12, pp. 48–56 [in Russian]
10. Berezovskaya, E. A., Plotnikov, C. A. (2015). Simulation modeling of an Internet enterprise advertising company in the AnyLogic environment [Imitatsionnoe modelirovanie reklamnoy kampanii internet-predpriyatiya v srede AnyLogic], International scientific journal, No. 9, pp. 86–90 [in Russian]
11. Sokolovska, Z. M., Klepikova, O. A. (2015). Applied models of system dynamics [Prykladni modeli systemnoi dynamiky], Astroprint, Odesa, 308 p. [in Ukrainian]
12. Nazarov, A. A. (2017). Characteristics of modern tools for simulation in the study of mechanisms for managing socio-economic processes and systems [Kharakteristika sovremennykh instrumentov dlya imitatsionnogo modelirovaniya pri issledovanii mekhanizmov upravleniya sotsialno-ekonomicheskimi protsessami i sistemami], Theory and practice of social development, No. 1, pp. 109–111 [in Russian]
13. Klepikova, O. A. (2013). Modeling operational support marketing solutions of manufacturing enterprise AnyLogic means [Modeliuvannya operativnoi pidtrymky marketynhovykh rishen vyrobnychoho pidpriemstva zasobamy AnyLogic], Herald of Lviv university, No. 50, pp. 146–152 [in Ukrainian]
14. Smirnova, A. (2016). Digital Pharma – analytical reports on the pharmaceutical market [Digital Pharma – analiticheskie otchety o farmatsevticheskom rynke], available at: <http://adpage.com.ua/digital-pharma-аналитические-отчеты-о-фармрынке> [in Russian]
15. Official website of the open joint-stock company «Pharmak» [Ofitsiyni sait kompanii VAT «Farmak»], available at: www.farmak.ua [in Ukrainian]

Date of acceptance: 30.11.2017.

АВТОРИ СТАТЕЙ

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

1. **Матусевич К. М.** к.е.н., доцент кафедри економічної теорії Рівненського державного гуманітарного університету, м. Рівне;
2. **Панковець М. П.,** к.е.н., доцент кафедри економіки та інформаційних технологій Львівського інституту ДВНЗ «Університет банківської справи», м. Львів;
Берегова Г. І. к.фіз.-мат.н., доцент кафедри економіки та інформаційних технологій Львівського інституту ДВНЗ «Університет банківської справи», м. Львів;
3. **Пилипенко Ю. І.,** д.е.н., професор, завідувач кафедри економічної теорії та міжнародних економічних відносин ДВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпро;
Алексєєнко Д. Д. здобувач кафедри економічної теорії та міжнародних економічних відносин ДВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпро;

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

1. **Бабенко В. О.,** д.е.н., професор кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна, м. Харків;
Сідоров В. І., к.е.н., професор кафедри міжнародних економічних відносин Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна, м. Харків;
Фірсанова В. О., к.е.н., старший викладач кафедри міжнародних економічних відносин Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна, м. Харків;
Бондаренко М. І. аспірант кафедри міжнародних економічних відносин Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна, м. Харків;

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

1. **Захарчук, В. Г.,** к.т.н., доцент кафедри експертизи товарів та послуг Одеського національного економічного університету, м. Одеса;
Неруца, Л. В. аспірант кафедри експертизи товарів та послуг Одеського національного економічного університету, м. Одеса;
2. **Степанюк Н. А.** к.е.н., доцент кафедри філософії, економіки та менеджменту освіти Рівненського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти, м. Рівне;

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

1. **Андрєєва Н. М.,** д.е.н., професор кафедри маркетингу Одеського національного економічного університету, м. Одеса;
Зінковська Д. В. викладач кафедри маркетингу Одеського національного економічного університету, м. Одеса;
2. **Гречкосій І. Д.,** к.е.н., викладач кафедри менеджменту організацій та зовнішньоекономічної діяльності Одеського національного економічного університету, м. Одеса;
Осичка О. В. к.пс.н., старший викладач кафедри менеджменту організацій та зовнішньоекономічної діяльності Одеського національного економічного університету, м. Одеса;

3. **Квасній Л. Г.,** к.е.н., доцент кафедри економіки та менеджменту Дрогобицького державного педагогічного університету ім. І. Франка, м. Дрогобич;
Щербан О. Я., к.е.н., старший викладач кафедри фінансів, обліку і аналізу ППТ НУ «Львівська політехніка», м. Львів;
Федишин В. В. аспірант кафедри економіки та менеджменту, Дрогобицький державний педагогічний університет ім. І. Франка, м. Дрогобич;
4. **Куклінова Т. В.** к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства та організації підприємницької діяльності Одеського національного економічного університету, м. Одеса;
5. **Никифоренко В. Г.,** д.е.н., професор, завідувач кафедри управління персоналом і економіки праці Одеського національного економічного університету, м. Одеса;
Кравченко В. О. к.е.н., професор кафедри менеджменту організацій та зовнішньоекономічної діяльності Одеського національного економічного університету, м. Одеса;
6. **Радіонова Н. Й.** к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту Київського національного університету технологій та дизайну, м. Київ;
7. **Токарчук Д. М.** к.е.н., доцент кафедри адміністративного менеджменту та альтернативних джерел енергії Вінницького національного аграрного університету, м. Вінниця;

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

1. **Андрєєва Я. С.,** к.е.н., викладач кафедри фінансового менеджменту та фондового ринку Одеського національного економічного університету, м. Одеса;
Величко Г. О., к.е.н., професор кафедри фінансового менеджменту та фондового ринку Одеського національного економічного університету, м. Одеса;
Ропотан І. В. к.е.н., доцент кафедри фінансового менеджменту та фондового ринку Одеського національного економічного університету, м. Одеса;
2. **Арутюнян Р. Р.,** к.е.н., доцент кафедри банківської справи Одеського національного економічного університету, м. Одеса;
Арутюнян С. С., к.е.н., доцент кафедри фінансового менеджменту та фондового ринку Одеського національного економічного університету, м. Одеса;
Ропотан І. В. к.е.н., доцент кафедри фінансового менеджменту та фондового ринку Одеського національного економічного університету, м. Одеса;
3. **Сирчин О. Л.** к.е.н., доцент кафедри банківської справи Одеського національного економічного університету, м. Одеса;
4. **Череп А. В.,** д.е.н., професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування Запорізького національного університету, м. Запоріжжя;
Павленко А. І. магістрант економічного факультету Запорізького національного університету, м. Запоріжжя;

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

1. **Старенька О. М.** викладач кафедри бухгалтерського обліку та аудиту Одеського національного економічного університету, м. Одеса;

2. **Шерер І. Л.** к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту Одеського національного економічного університету, м. Одеса;

**МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ
ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ**

1. **Копішинська О. П.,** к.фіз.-мат.н., професор кафедри економічної кібернетики та інформаційних технологій Полтавської державної аграрної академії, м. Полтава;
Уткін Ю. В. к.т.н., доцент кафедри економічної кібернетики та інформаційних технологій Полтавської державної аграрної академії, м. Полтава;
2. **Сендзюк М. А.,** к.е.н., професор кафедри інформаційних систем в економіці ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана», м. Київ;
Науменко І. В., к.е.н., старший викладач кафедри інформаційних систем в економіці ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана», м. Київ;
Держук О. В. к.е.н., старший викладач кафедри інформаційних систем в економіці ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана», м. Київ;
3. **Соколовська З. М.,** д.е.н., професор, завідувач кафедри економічної кібернетики та інформаційних технологій Одеського національного політехнічного університету, м. Одеса;
Капустян І. В. аспірант кафедри економічної кібернетики та інформаційних технологій Одеського національного політехнічного університету, м. Одеса.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ODESSA NATIONAL ECONOMIC UNIVERSITY

ВІСНИК
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ
←—————→
SOCIO-ECONOMIC RESEARCH BULLETIN

Збірник наукових праць
Collection of scientific works

№ 1 (65) 2018

No. 1 (65) 2018

За загальною редакцією:

*д.е.н., проф. Зверякова М. І., д.е.н., проф. Ковальова А. І.,
д.е.н., проф. Балджи М. Д., д.е.н., проф. Стелінг Й. та ін.*

Edited by:

*Prof. Zveryakov M. I., Prof. Kovalyov A. I., Prof. Baldji M. D.,
Prof. Stelling J. N. and others*

Підп. до друку 29.03.2018. Формат 84x108/8.
Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman. Ум. друк. арк. 28,8.
Наклад 100 прим. Зам. № 1436.

Signed to print 29.03.2018. Format 84×108/8.
Offset paper. Type: Times New Roman. Conventional printed sheets 28,8.
Publication: 100 copies. Order № 1436.

Друкарня «Атлант» BOI COIY
65029, м. Одеса, Ольгіївський узвіз, 8
Тел.: 728-45-71, e-mail: ev_atlant@mail.ru
Свідоцтво: 23179617

Publisher «Atlant»
8, Olhiyivskyy spusk, Odessa, Ukraine, 65029
Phone: +38 (048) 728-45-71
e-mail: ev_atlant@mail.ru
Certificate: 23179617

*Свідоцтво про внесення видання видавничої продукції до Державного реєстру видавців,
виготівників та розповсюджувачів видавничої продукції від 31.08.2009 р., серія ДК № 3564.*

*Certificate of inclusion edition publishing products in State Register of publishers, distributors
and manufacturers of printed products dated 31.08.2009. Series DK No. 3564.*