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

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ODESSA NATIONAL ECONOMIC UNIVERSITY

Присвячується 50-річчю Факультету міжнародної економіки ОНЕУ

В І С Н И К СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

SOCIO-ECONOMIC RESEARCH BULLETIN

Збірник наукових праць

Collection of scientific works

№ 3 (67) 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

ISSN 2313-4569
УДК 06:33С

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 рекомендовано до друку та поширення через мережу Інтернет за рішенням вченої ради Одеського національного економічного університету (Протокол № 2 від 30.10.2018 р.).

Міжнародна індексація та реферування: Index Copernicus International – з грудня 2014 р. (ICV 2017: 70.31); RePEC – з грудня 2016 р.; Ulrich's Periodicals Directory – з 18.08.2017 р. та ERIH PLUS – з 20.06.2018 р.

Засновник і видавець: Одеський національний економічний університет

Редакційна колегія:

Звєряков 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.	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.	відповідальний редактор, 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 Małgorzata	doctor of economics, professor, University of Warmia and Mazury in Olsztyn (Republic of Poland)
Никифоренко 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 досліджено теоретичні підходи до оцінки людського потенціалу як на рівні держави, так і регіону. Визначено місце України у світовому рейтингу за показником розвитку людського капіталу, проведено порівняльний аналіз ІЛР країни з найбільш розвиненими країнами та країнами СНД. Запропоновано рекомендації щодо стратегічних пріоритетів державної соціально-економічної політики, спрямованої на розвиток та збереження людського потенціалу країни.

Розглянуто теоретико-методологічні засади та практичні аспекти реалізації концепції сталого розвитку туризму. Узагальнено досвід реалізації концепції сталого розвитку туризму в ЄС. Проаналізовано процеси формування, розвитку та імплементації туристичної політики ЄС та «Європейської системи індикаторів туризму» для моніторингу та оцінки соціальних і економічних результатів. Обґрунтовано науково-практичні рекомендації щодо використання позитивного досвіду ЄС для розробки та впровадження в Україні стратегії сталого конкурентоспроможного доступного туризму на принципах соціальної відповідальності та соціального партнерства.

Досліджено етапи розвитку цифрового маркетингу банківських інновацій в Україні. Узагальнено основні компоненти цифрової екосистеми: соціальні, мобільні, аналітичні і хмарні технології. Запропоновано напрями впровадження банківських інновацій в умовах фінансової нестабільності, підвищення здатності банків до ефективного використання інформаційних ресурсів, протистояння дії негативних зовнішніх та внутрішніх чинників, мінімізації ризиків, збереження максимальної прибутковості, розвитку нових банківських технологій і продуктів, збереження своїх конкурентних позицій на ринку та довірі клієнтів.

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.
Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації.
Серія КВ № 6448 від 21 серпня 2002 року.

Збірник є виданням з відкритим доступом. Усі статті ліцензуються відповідно до Creative Commons Attribution 4.0 International License. Переглянути копію ліцензії можна за посиланням: http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

© Одеський національний економічний університет, 2018
© Редакція збірника «Вісник соціально-економічних досліджень», 2018

ЗМІСТ

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Сидоренко О. П., Макуха С. М.
ТРАНСФОРМАЦІЯ ЗМІСТУ І ФУНКЦІЙ ЗНАННЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА ЗМІН У НЕКЛАСИЧНІЙ І ПОСТНЕКЛАСИЧНІЙ НАУКАХ 9

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Козак Ю. Г., Сулим О. В.
ЕТНОКУЛЬТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН: ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ 19

Макогон Ю. В.
РОЗВИТОК ЛОГІСТИЧНОГО ТА ПРОМИСЛОВОГО ВОДНОГО ПРОСТОРУ УКРАЇНИ У ЧОРНОМОРСЬКІЙ ЗОНІ 28

Ukhanova I. O.
THE CURRENT STATE AND PROSPECTS OF UKRAINIAN ENTERPRISES EXPORT ACTIVITY DEVELOPMENT ON THE EUROPEAN MARKET OF CABLE PRODUCTS 36

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Михайлюк О. Л., Давиденко І. В.
МЕХАНІЗМИ І ПЕРСПЕКТИВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ В ОДЕСЬКІЙ ОБЛАСТІ 44

Хумарова Н. І., Михайлюк О. Л.
МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ УКРАЇНИ 53

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Бедрадіна Г. К., Нездоймінов С. Г.
НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНЮВАННЯ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ 63

Дыбева Т.
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СТРУКТУР ГОСТИНИЧНОГО И РЕСТОРАННОГО ПРОДУКТОВ 73

Katerna O. K.
RESEARCH METHODOLOGY OF TRAFFIC FLOW AND INFRASTRUCTURE OBJECTS INTELLIGENT MANAGEMENT 80

Літвінов О. С.
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВІДТВОРЕННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА 91

Shkurupska I. O.
IMPLICATIONS OF BEHAVIOR EVOLUTION OF UKRAINIAN INTERNET CONSUMERS FOR INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS 104

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

Збрицька Т. П., Табанова А. І.
АКТУАЛЬНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ В ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ 117

Іванова Л. В.
ЛЮДСЬКИЙ ПОТЕНЦІАЛ: ДЕМОГРАФІЧНІ ЧИННИКИ ЙОГО ФОРМУВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ 131

Карпенко Н. В.
ДОХОДИ НАСЕЛЕННЯ ЯК ПРОВІДНИЙ ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ 140

Кривцова М. С.
ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ТА ПРОДУКТИВНІСТЬ ПРАЦІ: ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ТА УЗГОДЖЕНІСТЬ 151

Лебедєв І. В.
СТАЛИЙ РОЗВИТОК ТУРИЗМУ: ДОСВІД ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ І ЗАВДАННЯ ДЛЯ УКРАЇНИ 162

Никифоренко В. Г., Кравченко В. О.
ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК НАДІЙНОСТІ ПЕРСОНАЛУ ТА КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ 174

Своробович Л. М.
РОЛЬ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ 184

Тринчук О. Б.
ДОСЛІДЖЕННЯ АНАЛІТИЧНИХ ПОКАЗНИКІВ У ПРАКТИЦІ РОБОТИ ВІДДІЛІВ З ПЕРСОНАЛУ 199

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Піддубна В. Г.
ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ МАРКЕТИНГУ БАНКІВСЬКИХ ІННОВАЦІЙ В УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ 209

Рогов Г. К.
СИСТЕМА ФІНАНСОВИХ МЕХАНІЗМІВ КОРПОРАТИВНОГО СТАЛОГО РОЗВИТКУ: СКЛАДОВІ КОНЦЕПЦІЇ 222

Сирчин О. Л.
МЕТОДИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ 230

АВТОРИ СТАТЕЙ 238

ISSN 2313-4569
UDC 06:33C

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 recommended to printing and distribution to Internet by the decision of Academic Council of Odessa National Economic University (Protocol No. 4, 20.12.2018).

International indexation and referencing: Index Copernicus International – December 2014 (ICV 2017: 70.31); RePEC – December 2016; Ulrich's Periodicals Directory – 18.08.2017; ERIH PLUS – 20.06.2018.

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.	doctor of economics, professor, ONEU (Ukraine)
Grzybowska-Brzezińska Mariola	doctor of economics, professor, University of Warmia and Mazury in Olsztyn (Poland)
Drozd I.K.	executive editor, 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 investigates the theoretical approaches to human potential assessing at the state and regional level. The place of Ukraine in the world ranking according to the human capital development indicator is determined, a comparative analysis of the country's HDI with the most developed countries and CIS countries was conducted. Recommendations of the state social and economic policy strategic priorities, aimed at country's human potential development and preservation are proposed.

The theoretical and methodological principles and practical aspects of sustainable tourism development concept are considered. The experience of tourism's sustainable development concept realization in the EU is generalized. The tourist policy of the EU and the «European Tourism Indicator System» formation, development and implementation processes for the social and economic results monitoring and evaluation are analyzed. The scientific and practical recommendations of the EU positive experience using for sustainable competitive accessible tourism strategy development and implementation in Ukraine, based on the social responsibility and social partnership principles, are substantiated.

The digital marketing of banking innovations development stages in Ukraine are investigated. The main components of digital ecosystem are summarized: social, mobile, analytical and cloud technologies. The banking innovations directions of implementation in the conditions of financial instability, to increase of banks' ability to information resources efficiently use, confrontation of negative external and internal factors action, risks minimization, maximum profitability maintaining, a new banking technologies and products development, preservation of competitive positions in the market and clients trust, are offered.

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:
18, Gogolya Str., of. 110, Odessa, 65082, Ukraine, Odessa National Economic University,
Scientific and Editorial Department, tel.: + 38 (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.

The collection is an open access edition and all articles are licensed with the Creative Commons Attribution 4.0 International License. To view a copy of this license, visit: http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

© Odessa National Economic University, 2018
© Editorial the collection of scientific works «Socio-economic research bulletin», 2018

CONTENTS

ECONOMIC THEORY AND HISTORY OF ECONOMIC THOUGHT

Sydorenko Oleksii, Makukha Serhii
TRANSFORMATION OF KNOWLEDGE CONTENT AND FUNCTIONS IN GLOBALIZATION AND CHANGES CONDITIONS IN NON-CLASSICAL AND POST-NONCLASSICAL SCIENCES 9

WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Kozak Yuriy, Sulym Olexiy
ETHNOCULTURAL FEATURES OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS: GLOBAL CHALLENGES 19

Makogon Yuriy
LOGISTIC AND INDUSTRIAL WATER SPACE DEVELOPMENT OF UKRAINE IN THE BLACK SEA ZONE 28

Ukhanova Inna
THE CURRENT STATE AND PROSPECTS OF UKRAINIAN ENTERPRISES EXPORT ACTIVITY DEVELOPMENT ON THE EUROPEAN MARKET OF CABLE PRODUCTS 36

ECONOMICS AND NATIONAL ECONOMY MANAGEMENT

Mykhailiuk Olena, Davydenko Iryna
MECHANISMS AND PERSPECTIVES OF TOURIST CLUSTERS FUNCTIONING IN ODESSA REGION 44

Khumarova Nina, Mykhailiuk Olena
MARKETING POLICY OF SERVICES PROMOTION IN THE HOTEL BUSINESS OF UKRAINE 53

ECONOMICS AND ENTERPRISES MANAGEMENT

Bedradina Ganna, Nezdoyminov Sergii
SCIENTIFIC AND METHODOLOGICAL BASIS OF TOURIST SERVICES QUALITY ASSESSMENT 63

Dybeva Tatyana
COMPARATIVE ANALYSIS OF HOTEL AND RESTAURANT PRODUCTS STRUCTURE 73

Katerna Olga
RESEARCH METHODOLOGY OF TRAFFIC FLOW AND INFRASTRUCTURE OBJECTS INTELLIGENT MANAGEMENT 80

Litvinov Oleksandr
THEORETICAL BASIS OF ENTERPRISE'S INTELLECTUAL CAPITAL REPRODUCTION 91

Shkurupska Iryna
IMPLICATIONS OF BEHAVIOR EVOLUTION OF UKRAINIAN INTERNET CONSUMERS FOR INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS 104

DEMOGRAPHY, LABOR ECONOMY, SOCIAL ECONOMY AND POLICY

Zbritska Tatiana, Tabanova Anastasiia
THE RELEVANCE OF SOCIAL NETWORK TOOLS USING IN EDUCATIONAL PROCESS 117

Ivanova Liudmyla
HUMAN POTENTIAL: DEMOGRAPHIC FACTORS OF ITS FORMATION IN MODERN CONDITIONS 131

Karpenko Natalia
INCOMES OF POPULATION AS A LEADING FACTOR FOR THE HUMAN POTENTIAL FORMATION AND DEVELOPMENT 140

Kryvtsova Marina
HUMAN CAPITAL AND LABOR PRODUCTIVITY: INTERCONNECTION AND COHERENCE 151

Lebediev Ihor
SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF TOURISM: EUROPEAN UNION EXPERIENCE AND TASKS FOR UKRAINE 162

Nikiforenko Valeriy, Kravchenko Vera
INTERCONNECTION OF PERSONNEL RELIABILITY AND PERSONNEL SECURITY IN THE ORGANIZATION MANAGEMENT SYSTEM 174

Svorobovich Liliya
ROLE OF HUMAN CAPITAL IN TERRITORIAL SOCIAL AND ECONOMIC SYSTEMS DEVELOPMENT 184

Trynchuk Olena
RESEARCH OF ANALYTICAL INDICATORS IN THE WORK PRACTICE OF PERSONNEL DEPARTMENTS 199

MONEY, FINANCE AND CREDIT

Piddubna Victoriia
DIGITAL TRANSFORMATION OF MARKETING BANKING INNOVATIONS IN THE CONDITIONS OF FINANCIAL INSTABILITY 209

Rohov Heorhiy
THE SYSTEM OF FINANCIAL MECHANISMS FOR CORPORATE SUSTAINABLE DEVELOPMENT: THE CONCEPT COMPONENTS 222

Syrchyn Oleksandr
METHODICAL FEATURES OF THE BANK'S ACTIVITY PLANNING 230

AUTHORS OF ARTICLES 238

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

УДК: 330.101.3

Олексій Павлович СИДОРЕНКО
кандидат філософських наук, професор, завідувач кафедри філософії, історії та політології, Одеський державний аграрний університет, Україна, e-mail: filosofiyodau615@ukr.net, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0001-7612-8594

Сергій Миколайович МАКУХА
кандидат економічних наук, доцент кафедри загальної економічної теорії та економічної політики, Одеський національний економічний університет, Україна, e-mail: Makucha_S@rambler.ru, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0001-8999-5507

ТРАНСФОРМАЦІЯ ЗМІСТУ І ФУНКЦІЙ ЗНАННЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА ЗМІН У НЕКЛАСИЧНІЙ І ПОСТНЕКЛАСИЧНІЙ НАУКАХ

Сидоренко, О. П., Макуха, С. М. Трансформація змісту і функцій знання в умовах глобалізації та змін у некласичній і постнекласичній науках // 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. № 3 (67). С. 9–17.

Анотація. *У статті наведено авторську точку зору щодо необхідності філософського осмислення сучасного змісту знання. Зроблено аналіз трансформації знань під впливом економічної глобалізації та парадигматичних змін у некласичній і постнекласичній науках. Методологічною основою даної публікації є діалектичний підхід як загальний спосіб наукового пізнання, особливо філософських та соціально-економічних явищ і процесів. Для аналізу неоднозначного характеру впливу глобальних чинників на трансформацію змісту знання в сучасних умовах використано методи аналогії, порівняння, аналізу і синтезу, індукції і дедукції, функціонального аналізу, гіпотетико-дедуктивного підходу та інші прийоми. Місце і роль трансформації змісту знання у формуванні парадигми економічного розвитку національної економіки розглянуто через призму взаємозв'язку теорії та практики, загального і особливого. Теоретичні положення та висновки, що висуваються в публікації, обґрунтовані, виходячи з принципів діалектичної логіки, і на цій основі надано пропозиції стосовно вдосконалення моделі економічного розвитку України. Уся аргументація основних положень дослідження здійснюється на підставі філософського осмислення сьогочасної моделі знання. У результаті дослідження автори дійшли висновку, що під впливом глобалізації в умовах сьогодення особливе місце в перетворенні знань на визначальний чинник суспільного розвитку посіла діалектика економіки і науки. Економікою розвинених країн створено умови для розвитку науки, які допомогли знанням досягти настільки високого рівня, що це сприяло перетворенню самої економіки на економіку знань. У цьому зв'язку, перспективним напрямком досліджень має стати розвиток вчення про знання з метою створення в Україні економіки знань.*

Ключові слова: *знання; трансформація; методологія; парадигма; некласична і постнекласична наука; модель економічного розвитку; критерії оцінювання та вибору альтернативних концепцій.*

Алексей Павлович СИДОРЕНКО
кандидат философских наук, профессор, заведующий кафедрой философии, истории и политологии, Одесский государственный аграрный университет, Украина, e-mail: filosofiyodau615@ukr.net, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0001-7612-8594

Сергей Николаевич МАКУХА
кандидат экономических наук, доцент кафедры общей экономической теории и экономической политики, Одесский национальный экономический университет, Украина, e-mail: Makucha_S@rambler.ru, ORCID ID: https://orcid.org:0000-0001-8999-5507

ТРАНСФОРМАЦИЯ СОДЕРЖАНИЯ И ФУНКЦИЙ ЗНАНИЯ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ И ИЗМЕНЕНИЙ В НЕКЛАССИЧЕСКОЙ И ПОСТНЕКЛАССИЧЕСКОЙ НАУКАХ

Сидоренко, А. П., Макуха, С. Н. Трансформация содержания и функций знания в условиях глобализации и изменений в неклассической и постнеклассической науках // 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. № 3 (67). С. 9–17.

© СИДОРЕНКО О.П., МАКУХА С.М., 2018

Аннотация. *В статье приведена авторская точка зрения о необходимости философского осмысления современного содержания знания. Сделан анализ трансформации знаний под влиянием экономической глобализации и парадигматических изменений в неклассической и постнеклассической науках. Методологической основой данной публикации является диалектический подход как общий способ научного познания, особенно философских и социально-экономических явлений и процессов. Для анализа неоднозначного характера влияния глобальных факторов на трансформацию знания в современных условиях использованы методы аналогии, сравнения, анализа и синтеза, индукции и дедукции, функционального анализа, гипотетико-дедуктивного подхода и другие приемы. Место и роль трансформации содержания знания в формировании парадигмы экономического развития национальной экономики рассмотрены через призму взаимосвязи теории и практики, общего и особенного. Теоретические положения и выводы, сделанные в публикации, обоснованы исходя из принципов диалектической логики, и на этой основе даны предложения по совершенствованию модели экономического развития Украины. Вся аргументация основных положений исследования осуществляется на основании философского осмысления сегодняшней модели знания. В результате исследования авторы пришли к выводу, что под влиянием глобализации в сегодняшних условиях особое место в превращении знаний в определяющий фактор общественного развития заняла диалектика экономики и науки. Экономикой развитых стран созданы условия для развития науки, которые помогли знаниям достичь такого высокого уровня, что способствовало превращению самой экономики в экономику знаний. В этой связи, перспективным направлением исследований должно стать развитие учения о знании с целью формирования в Украине экономики знаний.*

Ключевые слова: *знание; трансформация; методология; парадигма; неклассическая и постнеклассическая наука; модель экономического развития; критерии оценивания и выбора альтернативных концепций.*

Oleksii SYDORENKO
PhD in Philosophy, Professor, Head of Philosophy, History and Political Science Department,
Odessa State Agrarian University, Ukraine, e-mail: filosofiyodau615@ukr.net
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0001-7612-8594

Serhii MAKUKHA
PhD in Economics, Associate Professor, General Economic Theory and Economic Policy Department,
Odessa National Economic University, Ukraine, e-mail: Makucha_S@rambler.ru,
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0001-8999-5507

TRANSFORMATION OF KNOWLEDGE CONTENT AND FUNCTIONS IN GLOBALIZATION AND CHANGES CONDITIONS IN NON-CLASSICAL AND POST-NONCLASSICAL SCIENCES

Sydorenko, O., Makukha, S. (2018). Transformation of knowledge content and functions in globalization and changes conditions in non-classical and post-nonclassical sciences. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Transformatsiia zmistu i funktsii znannia v umovakh hlobalizatsii ta zmin u neklasychnii i postneklasychnii naukakh; za red.: M. I. Zvieriakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; Vìsnik socìal'no-ekonomìčnih doslìdžen' (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 3 (67), pp. 9–17.

Abstract. *The author's point of view on the necessity for philosophical comprehension of the modern knowledge content is given in the article. The analysis of knowledge transformation under the influence of economic globalization and paradigmatic changes in the non-classical and post-nonclassical sciences is made. The methodological basis of this publication is a dialectical approach as universal way of scientific knowledge, especially concerning the philosophical and socio-economic phenomena and processes. For analyze the ambiguous nature of the global factors influence on the knowledge essence transformation in modern conditions, methods of analogy, comparison, analysis and synthesis, induction and deduction, functional analysis, hypothetical-deductive approach and other techniques were used. The place and role of knowledge essence transformation in the national economic development paradigm formation are considered through the relationship between theory and practice, general and specific. The theoretical positions and conclusions, presented in this publication, based on the dialectical logic principles are substantiated, and on this basis, the proposals regarding of economic development model of Ukraine improvement are made. All argumentation of the main research provisions is carried out on the basis of philosophical comprehension of the current knowledge model. As a research result, the authors came to the conclusion that, under the globalization influence in current conditions, the dialectic of economy and science took a special place in the knowledge transformation into a determining factor of society development. The conditions for the science development are created the economies of developed countries, which helped to achieve such a high level of knowledge, and it contributed to the economy itself transformation into the knowledge economy. In this regard, the prospect of research should be the knowledge doctrine development in order to create a knowledge economy in Ukraine.*

Keywords: *knowledge; transformation; methodology; paradigm; nonclassical and post-nonclassical science; model of economic development; criteria for evaluating and selecting the alternative conceptions.*

JEL classification: *C100*

Постановка проблеми у загальному вигляді та зв'язок із найважливішими науковими і практичними завданнями. В умовах динамічних якісних змін у сучасному світі виникає нагальна потреба синхронного і адекватного розвитку знань. Тому підготовка кадрів високої кваліфікації, розширення їхнього світоглядного, фахового і культурного рівня, який відповідав би вимогам сучасності, постійно знаходиться в центрі уваги більшості держав. Це завдання постає і перед українським суспільством. Сьогодні в Україні функціонує велика кількість закладів вищої освіти, де молодь може оволодівати сучасними знаннями, а головне, – формувати в собі потребу, вміння і навички самостійного продукування знань, нарощування і постійного корегування їхнього змісту впродовж усього свого життя. Однак роль зазначених чинників невпинно посилюється на фоні загального бурхливого розвитку технологій, впровадження у виробництво робототехніки, штучного інтелекту, нанотехнологій та інших досягнень, перетворення знань на справжній драйвер цивілізаційних змін. Усе це вимагає нагального вирішення актуальних економічних і соціальних проблем українського суспільства, загальних проблем етики і культури наукових досліджень, надання проблемі продукування знань особливого статусу. Як наслідок, зросте увага освітян і науковців не лише до проблем теорії та практики сучасного змісту і структури знань, але й до осмислення причин, умов і механізмів їхньої трансформації та асиміляції в різних галузях життєдіяльності суспільства. Вирішення окреслених проблем значною мірою допоможе Україні сформувати власну модель сталого економічного розвитку та розширити горизонти ефективної діяльності в інших сферах свого життя.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Проблеми економіки знань, сутності трансформації змісту і функцій знання у своїх працях досліджували Д. Белл, В. І. Вернадський, Ф. Махлуп, М. Полані, Е. Тоффлер, К. Ерроу та ін. Значну увагу приділяють проблемам формування та становлення економіки знань українські та зарубіжні вчені: В. М. Геєць, В. А. Логачев, В. Л. Макаров, В. П. Семиноженко, М. Ю. Шерешева та ін.

У роботах зазначених та багатьох інших науковців зроблено ретельний аналіз причин, умов та наслідків зростання ролі знань, причому своєрідно, на різних рівнях світової економічної системи. Перш за все теоретичні розробки стосовно економіки знань присвячені з'ясуванню сутності та уточненню змісту понять «інноваційна економіка» та «економіка знань», які є хоч і близькими, але не тотожними. Крім того, значна кількість наукових праць присвячена дослідженню сутності, змісту, типології та функцій знання і посиленню ролі людського капіталу в духовному та матеріальному виробництві, який сьогодні перетворився на один з найважливіших драйверів економічного розвитку, в якому центральне місце посіли знання. Духовні сили людства – його воля, думка, моральні якості в економіці знань стають визначальною умовою багатства. Як наслідок, суспільна мета полягає в прагненні людини розвивати свою духовність і на підставі цього забезпечувати ефективний соціально-економічний розвиток та гідний рівень життя.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на велику кількість публікацій, що містять аналіз трансформації змісту і функцій знання в умовах глобалізації та розгляд впливу знань на економічні процеси, низка важливих проблем залишається невирішеною. Серед них важливе місце посідає питання щодо надання проблемі продукування сучасних знань особливого статусу. Вважаємо, що вирішення цієї проблеми буде сприяти усуненню нестачі уваги освітян і науковців до проблем теорії та практики сучасного змісту і структури знання, осмислення причин, умов і механізмів їхньої трансформації та асиміляції в різних галузях життєдіяльності суспільства. Результатом усіх цих процесів стане впровадження у виробництво сучасних технологій і, як наслідок, підвищення ефективності вітчизняної економіки.

Постановка завдання. Метою статті є доведення необхідності філософського осмислення сучасного змісту знання і ґрунтовний аналіз трансформації знань під впливом економічної глобалізації та парадигматичних змін у некласичній і постнекласичній науках.

Виклад основного матеріалу дослідження. Характерною рисою сучасного світового господарства є перетворення транснаціональних об'єднань на домінуючу силу, яка монополізувала виробництво та галузеві ринки. Закономірним результатом їхнього функціонування стало розмивання національних кордонів розвитку економік окремих держав, що викликало формування багаторівневої економічної моделі світового розвитку. У такій моделі можна виокремити, принаймні, два основних рівня: вищий та нижчий. Вищий рівень утворюють економіки провідних держав, а нижчий – економіки країн, які входять до складу глобальної економічної системи, стали її елементами і значною мірою покликані обслуговувати потреби глобальної системи.

З розвитком світової економіки та ускладненням технологій зростає потреба в інвестиціях, що обумовлено прагненням капіталу до отримання прибутку через підвищення продуктивності виробництва. Але такий механізм господарювання через внутрішні обмеження ресурсів та зменшення доходності зіштовхується з ситуацією, коли подальше збільшення інвестицій не забезпечує адекватного зростання продуктивності та доходів і навіть спричиняє тенденції щодо їхнього зниження. Тому у подібній ситуації науково-технічний прогрес стає найбільш ефективним чинником економічного розвитку, що закономірно викликає зростання ролі знань, причому своєрідно на різних рівнях світової економічної системи. Так, кожне новостворене робоче місце в науково-дослідній сфері, як зазначають відомі українські вчені В. Геєць та В. Семиноженко, зумовлює виникнення 7–10 високопродуктивних робочих місць в економіці [1, с.213].

У зв'язку з цим набули нового звучання, часом складного і суперечливого, сутність, зміст, типологія і функції знання, а разом з ними посилилася роль людського капіталу в духовному і матеріальному виробництві. Сьогодні цей капітал перетворився на один із найважливіших драйверів економічного розвитку, а знання посіли в його змісті центральне місце.

Відомо, що ще з часів Парменіда, Зенона Елейського, Демокріта, Платона і Арістотеля знання характеризувалося через протилежність думці. У ті часи сформувалися основні концепції знання – кореспондентська (класична), когерентна, прагматична і конвенційна. Від Арістотеля бере початок тлумачення знання як уміння щось продукувати, наприклад, створювати знаряддя праці, виробляти домашній посуд, оздоблювати його, відправляти культи, розмовляти тощо. Стагіріт також започаткував оригінальну типологію знання. Її основними елементами були такі види знання, як: епістеме (наукове знання), докса (думка), пістіс (повсякденне знання), техне (технічне знання), емпейріа (досвідне знання) та інші, кожен з яких характеризував історично конкретну форму виробництва, спілкування та розвитку свідомості, а також виховання (пайдейя) громадян полісу в дусі високих чеснот (арете).

З тих пір багато чого змінилося в поглядах філософів і науковців на призначення, сутність, зміст та структуру знання, проте незмінним залишилося одне – прагнення учених до з'ясування безмежних глибин феномену «знання», про що свідчать зусилля і напрацювання представників класичної, некласичної, постнекласичної науки і філософії. Певним чином цьому сприяє також осмислення суперечливих проблем глобалізації світової економіки.

У сучасній філософії науки прийнято виокремлювати досвідне (апостеріорне) і позадосвідне (апріорне), теоретичне і практичне, явне і неявне (приховане), когнітивне і філософське та інші види знання [2, с.51–52]. Вважаємо, що такий підхід до класифікації знань є плідним, тому що він відкриває можливість до глибокого розуміння змісту й структури знання, їхньої трансформації, зміни функцій знання на різних рівнях будь-якої системи, що аналізується, в тому числі й економічної. Ця класифікація дозволяє вивчати

вплив кожного виду знання на продуктивність праці та ефективність виробництва в цілому, а також відслідковувати зворотний вплив результатів діяльності на систему знань і окремих її видів, які забезпечили ці результати. Вважаємо, що саме тому запропонований підхід доцільно практикувати в процесі аналізу ефективності економічної діяльності, як у межах моделі світового розвитку, так і в межах національної економічної моделі, звичайно, з урахуванням специфіки завдань, що вирішуються на різних рівнях цих економік.

Так, історичний досвід свідчить про те, що на мікроекономічному рівні зазвичай домінують не тільки елементи економічного і науково-технічного знання, але й набуті навички працівників, знання, отримані в процесі повсякденного життя, сформовані у людей моральні та психологічні установки, що сприяють утвердженню в їхній свідомості поставленої мети і шляхів її реалізації, наприклад, формуванню натурфілософських образів єдності людини і об'єкта, виробника і знарядь праці, ототожненню природи з організмом, машиною (згадаймо твори відомого французького просвітника Жюльєна Офре де Ламеттрі «Людина-машина» (1747 р.) і «Людина-рослина» (1748 р.). Тут відтворюються і «шліфуються» теоретичні здобутки працівників і набуваються нові знання, апробуються новації, формуються практичні знання і навички. Кожен з цих типів знання має свою сферу досвіду, які відрізняються радше формами функціонування знання. Так, теоретичне знання орієнтується перш за все на продукування нового змісту (новацій) і внесення його у виробничий (технологічний) процес. Воно значною мірою відокремлене від засобів виробництва і містить специфічні схеми логічної діяльності та прогнозу, дискурсу, що допомагає носію цих знань у створенні високоякісних товарів (інформаційних продуктів), проведенні досліджень, осягненні їхніх результатів, внесенні корективів у технологічний процес. Як наслідок, формуються нові поняття і концепції інноваційної діяльності.

Практичне знання на цьому рівні має переважно неявний, невербальний характер. Воно вплетене в діяльність і спілкування, злите з ними, спрямоване на їх ситуаційне обслуговування і володіє слабкою рефлективністю. Тому на відміну від теоретичного знання його важко виразити в текстуально-словесній формі, у вигляді знаків, схем, графіків, понять, формул тощо. Зазвичай такі знання формуються в процесі безпосереднього контакту майстра з практикантами, студентів – фізиків, хіміків, біологів, медиків з викладачем під час практичних занять і не допускає повної експлікації, проте відіграє важливу роль у досягненні кінцевого результату виробничої діяльності.

Велика роль в обґрунтуванні місця неявних знань у змісті практичного знання належить відомому англо-німецькому вченому і філософу М. Полані, який вперше розробив ґрунтовну концепцію неявного знання і виклав її у своїх творах «Основи академічної свободи» (1947), «Неявне знання» (1962), «Знання і буття, есе» (1969). Згідно з його аргументацією, науковцям, виробничникам, педагогам, усім, хто пов'язаний з наукою, освітою, з розробкою сучасних інформаційних технологій і задіяний в економіці знань, необхідно долати укорінену в класичній науці традицію про саму можливість існування деперсоніфікованого наукового знання, яке неправомірно ототожнюється з об'єктивністю останнього. Вчений попереджав, що будь-яке наукове знання має особистісний характер [3, с.89]. Воно спирається на складну систему індивідуального досвіду особистості, що включає як засвоєні нею способи мислення, так і елементи майстерності, які принципово не вербалізуються. Останні, на думку М. Полані, разом з індивідуальними установками та уявленнями, що теж не піддаються вербалізації, утворюють неявне знання. Ці елементи осмислюються людиною лише в загальному контексті їхнього внеску до того цілого, на яке орієнтовані увага і зусилля індивіда, а не осягаються окремо самі по собі.

Що стосується мікроекономічного рівня, то таким цілим, зрозуміло, є товар або послуга, велика роль у створенні яких, звичайно, належить практичній діяльності. Тому процес формування практичних навичок у осіб цього рівня, які задіяні у створенні матеріальних благ, має значною мірою підпорядковувати весь хід їх фахової підготовки – від

професійно-технічної освіти, яка, на жаль, у нашій державі переживає складні часи, організації навчання у закладах вищої освіти – до глибоко продуманої системи удосконалення їхньої майстерності під час усієї трудової діяльності. Цього також вимагає семантична інтерпретація теоретичних термінів і понять, які постійно оновлюються. І тут М. Полані виходить ще на одну проблему постнекласичної науки, а саме – проблему осягнення неявного знання, що пов'язана у першу чергу з процесами розуміння, а не пояснення явищ дійсності, як це мало місце в епоху класичної науки. Так постала інша проблема сучасної науки – проблема формування у науковців, дослідників і виробничників нових поглядів на раціональність наукового пізнання [4, с.223]. Її вирішення представниками постпозитивізму 60–80-х рр. XX ст. є зразком методологічного мистецтва для осмислення сучасних трансформаційних процесів у галузі знання на глобальному і макроекономічному рівнях економіки.

На цих рівнях ситуація з динамікою знання корінним чином відрізняється від тієї, що має місце на мікроекономічному рівні. Тут теж провідними залишаються теоретичне і практичне знання. Не втрачає свої позиції і неявне знання. Однак рівень теоретичних узагальнень, їх масштаби суттєво перевищують ті, що мали місце на мікроекономічному рівні.

Практика свідчить про те, що теоретичні знання на вищих рівнях економіки набувають глибокого, суперечливого і прогнозного змісту, їх структура стає складною і розвиненою організацією. Проте за певних умов ці знання можуть виступати у формі цілісної і логічно узгодженої системи, що сприяє формуванню всеохоплюючих уявлень про суттєві властивості, закономірні зв'язки провідних галузей економіки, ефективність їхнього інвестування чи назрілу необхідність внесення певної корекції у цю галузь економічної діяльності. Подібний підхід повинен бути і по відношенню до характеристики інших основних явищ та сфер економічного життя суспільства окремої держави, наприклад, України чи функціонування світової економіки в цілому.

Практичні знання, а разом з ними і неявне знання, на вищих рівнях економічної системи також більш випукло виявляють себе в діяльності наукових спільнот, їх диспутах, спілкуванні під час особистих контактів вчених і експертів, демонстрації конкретних підходів до вирішення того чи іншого теоретичного і практичного питання. Однак, як і на мікроекономічному рівні, неявне знання і тут транслюється завдяки безпосередньому навчанню майстерності наукового пошуку, воно завжди залишається «за кулісами» тієї сцени, на якій відбуваються інтелектуальні дискусії та експертні оцінки, при цьому суттєво впливає на їхній зміст і характер [4, с.222]. Іноді цей вплив стає вирішальним, але все-таки пріоритет належить теоретичним знанням.

Отже, у широкому сенсі теоретичний тип наукових знань на глобальному і макроекономічному рівнях економічної системи містить комплекс економічних ідей, теорій і поглядів, спрямованих на тлумачення чи пояснення існуючої моделі економічного розвитку, її позитивних аспектів та слабких місць. Як мінімум цей комплекс є схематизацією досвіду, сукупністю тверджень і понять, що утворюють базис теорій і логіко-методологічних принципів та правил, за якими розгортається зміст економічних знань. Розвинені економічні теорії також містять інтерпретований механізм, функції передбачення і пояснення певних класів економічних феноменів, економічні закони, класифікації, типології, первинні пояснювальні схеми, а також виступають у ролі синтезатора емпіричних даних, спостережень, економічних експериментів. Крім того, цей вид теорій, які є узагальненням пов'язаних між собою знань, містить певний механізм побудови і розгортання знання і втілює конкретну дослідницьку програму або парадигму, яка реалізується в процесі їхнього формування. «Проте, – як зазначає В. Г. Кузнєцов, – теорія завжди має ймовірний, частковий, приблизний характер» [5, с.584]. Але людина прагне істинних та зрозумілих знань. Тому прогрес науки в наші дні, у тому числі й економічної, полягає не лише в русі до певного «безособового» економічного знання через усвідомлення наукових понять, концепцій і теорій, але і в збільшенні можливостей особистої участі вченого, дослідника,

експерта в економічних пізнавальних процесах. Це вимагає врахування при оцінці ефективності глобальних та макроекономічних процесів як особистісних якостей учасників цих процесів, так і соціальних чинників, що впливають на зміст функціонування економіки цих рівнів. Іншими словами, наукова раціональність світової економіки та економік окремих країн визначається не тільки особливостями економічних об'єктів (систем), що досліджуються, але й специфікою культурно-історичного контексту. Вона розвивається разом зі змінами цього контексту [4, с.225].

Уперше на необхідність врахування всебічного впливу на процес зростання наукового знання так званих «позанаукових» чинників – соціальних, культурних, політичних, етичних тощо, – звернули увагу представники постпозитивізму Т. Кун, І. Лакатос, М. Полані, С. Тулмін, Дж. Холтон, Н. Хенсон, П. Фейєрабенд та ін. У їхніх концепціях наука перестає існувати як замкнений вид діяльності, навпаки, вона починає розглядатися як специфічна форма активності, що взаємодіє з культурними традиціями та соціальним середовищем. Звичайно, така взаємодія існувала завжди, однак у другій половині XX ст., коли активно творили названі постпозитивісти і тепер, на початку третього тисячоліття, коли в науці формуються нові ідеали і норми пояснення знання, коли відбувається зміна стандартів його обґрунтування, що склалися раніше, і в такий спосіб закладаються основи нового типу наукової раціональності, врахування соціокультурних вимірів процесу наукового пізнання стає актуальним не тільки для філософії науки, але і для системи економічних наук. Тому поглибленому осягненню цієї проблематики, вважаємо, має сприяти історичний екскурс до умов і причин зародження «Соціології знання» як вчення про вплив соціуму на походження та зміст знання. Велике значення також набуває ознайомлення з історією світової і вітчизняної науки та зародженням і функціонуванням економічних знань. Так, наприклад, звернення до методологічного спадку Київської школи філософів на чолі з П. В. Копніним, яка особливо плідно працювала над дослідженням філософських проблем виникнення макроскопічно впорядкованих просторово-часових структур у складних нелінійних системах, що знаходяться в далеких від рівноваги станах, поблизу особливих критичних точок – точок біфуркації, орієнтує кожного дослідника таких систем на ставлення до них як людиномірних. Саме до таких систем належать економіки більшості країн. Згідно з висновками синергетики, при дослідженні подібних систем необхідно керуватися ідеєю «нового діалогу людини з природою», тобто принципом їхньої творчої взаємодії. Ця ідея ріднить погляди представників синергетики з висновками репрезентантів Київської школи філософії про необхідність співтворчості людини та світу [6, с.225].

Виходячи з цієї методологічної настанови, стає зрозумілим, якщо на мікроекономічному рівні є достатнім використання даних когнітивних наук як основного джерела знань, то на світовому і макроекономічному рівнях цього джерела замало, як недостатньо його і для осмислення проблем самоорганізації в інших видах складних нелінійних систем відкритого типу [7, с.14]. Тут вже потрібен філософський підхід до оцінки знань. Його суть полягає в тому, що «…філософський аналіз знання пов'язаний перш за все з розумінням його не як інформації про зовнішню і незалежну реальність, а, навпаки, як елементу світу людини, що говорить про здібності її вносити ідеальний порядок і сенс у реальність, створюючи тим самим передумови її практичної трансформації» [2, с.51–52]. Цей висновок, вважаємо, цілком відноситься до оцінки знань на всіх рівнях економічної системи України. Він орієнтує українське суспільство при виборі своєї моделі економічного розвитку використовувати передовий досвід світових розвинених економік, їхні напрацювання у різних сферах суспільного життя, у тому числі і стосовно проблем фінансування витрат на НДДКР, інновації, освіту, навчання та інформаційно-комунікаційні технології. Так, витрати лише на НДДКР за 2015 р. склали у Республіці Корея – 4,2; Японії – 3,3; Німеччині – 2,9; США – 2,8, а в Україні – тільки 0,6 відсотків від ВВП [8]. Однак будь-який досвід жодним чином не може бути копією чужої моделі економічного і культурного розвитку навіть, якщо вона і приваблива, позитивна. Він повинен спиратися на

культурні та наукові досягнення нашого народу, його історію, на все позитивне, що в ній мало місце, відтворювати, розвивати та примножувати його. Лише за такого підходу, вважаємо, на нашу країну чекає успіх.

Висновки і перспективи подальших розробок. У сучасних умовах суспільного життя роль і значення знань, причому не тільки наукових, але й естетичних, моральних, релігійних, повсякденних тощо, стрімко зростає. Разом зі зростанням ролі знань в житті людини ускладнилися їхній зміст, структура і функції. Цей процес відбувається невпинно, його причина полягає у постійному виникненні нових проблем перед суспільством, більш складних, ніж ті, що стояли раніше, і трансформації існуючих. Водночас непомірно збільшується потенціал науки, що відкриває перед нею нові можливості, які раніше були недосяжними, наприклад, урахування впливу традицій народу, його культури та історії на зміст і функції знання. Помітними також стали досягнення науки у розгадуванні таємниць свідомості, а як відомо «…все, що осягається, є знанням того чи іншого роду» [9, с.589]. Особливе місце в перетворенні знань на визначальний чинник суспільного розвитку посіла діалектика економіки і науки. Сучасна економіка розвинених країн створила у своїх державах такі умови для розвитку науки (знань), які допомогли знанням досягти настільки високого рівня, що сприяло перетворенню самої економіки на економіку знань. Україна має всі реальні можливості для створення такої економіки. У вирішенні цієї складної проблеми їй певним чином допоможе розвиток вчення про знання.

Перспективи подальших розробок зазначених проблем полягають в осягненні змісту знання з метою прискорення процесів формування в Україні економіки знань та створення умов для подальшої трансформації національної економічної системи та підвищення її ефективності.

Література

1. Геєц В. М., Семиноженко В. П. *Інноваційні перспективи України.* Харків : Константа, 2006. 272 с.
2. Касавин И. Т. *Знание. Новая философская энциклопедия* : в 4 т. / Научно-ред. совет : В. С. Степин, А. А. Гусейнов, Г. Ю. Семигин и др. // Институт философии РАН, Нац. общ.-науч. фонд. М. : Мысль, 2010. С. 51–52.
3. Полани М. *Личностное знание. На пути к постнекритической философии* / Пер. с англ. Под ред. В. А. Лекторского, В. И. Аршинова. М. : Прогресс, 1985. 343 с.
4. Сидоренко О. П., Корлюк С. С., Власов В. В., Розова Т.В. та ін. *Пропедевтичний курс з філософії науки* : підруч. / За ред. О. П. Сидоренка. К. : Освіта України, 2017. С. 222–225.
5. *Словарь философских терминов* / Науч. ред. В. Г. Кузнецова. М. : ИНФРА-М, 2013. С. 584.
6. Злотина М. Л. *Диалектические законы развития как мировоззренческие принципы творческой деятельности* // Практика – познание – мировоззрение. К. : Наукова думка, 1980. С. 225.
7. Иванов В. П. *Человеческая деятельность – познание – искусство*. К. : Наукова думка, 1977. С. 14.
8. *Світовий банк* : сайт. URL: http://www.worldbank.org (дата звернення: 10.07.2018).
9. Лекторский В. А. *Сознание. Новая философская энциклопедия* : в 4 т. / Науч.-ред. совет : В. С. Степин, А. А. Гусейнов, Г. Ю. Семигин и др. // Институт философии РАН, Нац. общ.-научн. фонд. М. : Мысль, 2010. С. 589.

References

1. Geets, V. M., Seminozhenko, V. P. (2006). *Innovative prospects of Ukraine* [Innovatsiini perspektyvy Ukrainy], Konstanta, Kharkiv, 272 s. [in Ukrainian]
2. Kasavin, I. T. (2010). *Knowledge. New philosophical encyclopedia:* in 4 vol. Ed. by V. S. Stepin, A. A. Guseynov, G. Yu. Semigin [Znanie. Novaya filosofskaya entsiklopediya; pod red. V. S. Stepina, A. A. Guseynova, G. Yu. Semigina], Institut filosofii RAN, Natsionalnyy obshchestvenno-nauchnyy fond, Mysl, Moskva, s. 51–52 [in Russian]
3. Polanyi, M. (1985). *Personal knowledge. Towards post-critical philosophy* Trans. from Eng. Ed. by V. A. Lektorskiy, V. I. Arshinov [Lichnostnoe znanie. Na puti k postnekriticheskoy filosofii; per. s angl.; pod red. V. A. Lektorskogo, V. I. Arshinova], Progress, Moskva, 343 s. [in Russian]
4. Sidorenko, O. P., Korlyuk, S. S., Vlasov, V. V., Rozova, T. V. and others (2017). *Propaedeutic course on the philosophy of science*. Ed. by O. P. Sidorenko [Propedevtychnyi kurs z filosofii nauky; za red. O. P. Sidorenka], Osvita Ukrainy, Kyiv, s. 222–225 [in Ukrainian]

5. *Dictionary of philosophical terms* (2013). Ed. by V. G. Kuznetsova [Slovar filosofskikh terminov; pod red. V. G. Kuznetsova], INFRA-M, Moskva, s. 584 [in Russian]
6. Zlotina, M. L. (1980). *Dialectic laws of development as ideological principles of creative activity* [Dialekticheskie zakony razvitiya kak mirovozzrencheskie printsipy tvorcheskoy deyatelnosti], Praktika – poznanie – mirovozzrenie, Naukova dumka, Kyiv, s. 225 [in Russian]
7. Ivanov, V. P. (1977). *Human activities – knowledge – art* [Chelovecheskaya deyatelnost – poznanie – iskusstvo], Naukova dumka, Kyiv, s. 14 [in Russian]
8. *World Bank:* website [Svitovyi bank: ofitsiinyi sait], available at: http://www.worldbank.org [in Ukrainian]
9. Lektorskiy, V. A. (2010). *Consciousness. New philosophical encyclopedia:* in 4 vol. Ed. by V. S. Stepin, A. A. Guseynov, G. Yu. Semigin [Soznanie. Novaya filosofskaya entsiklopediya: v 4 tomakh; pod red. V. S. Stepina, A. A. Guseynova, G. Yu. Semigina], Institut filosofii RAN, Natsionalnyy obshchestvenno-nauchnyy fond, Mysl, Moskva, s. 589 [in Russian]

Стаття надійшла до редакції 17.08.2018. Прийнята до друку 30.08.2018.

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 330.1; 339.9

Юрій Георгійович КОЗАК
доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри міжнародних економічних відносин, Одеський національний економічний університет, Україна, e-mail: yuriy777kozak@gmail.com, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-5358-4420

Олексій Володимирович СУЛИМ
кандидат філософських наук, доцент кафедри міжнародних економічних відносин, Одеський національний економічний університет, Україна, e-mail: AlexW2@ukr.net, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-9392-1663

ЕТНОКУЛЬТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН: ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ

Козак, Ю. Г., Сулим, О. В. Етнокультурні особливості міжнародних економічних відносин : глобальні виклики // 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. № 3 (67). С. 19–27.

Анотація. *У статті розглянуто процес «повернення» культурних понять до мейнстриму економічного мислення, ріст визнання суттєвої ролі етнокультурних чинників в господарських процесах. Проаналізовано різні підходи до вивчення впливу історично сформованих національних культурних стереотипів на економічний розвиток та, зокрема, на міжнародні економічні процеси в глобалізованому світі. Сформульовано розуміння культури в її значимості для господарських процесів, а саме – як неформальних інститутів, які є продуктом тривалого історичного розвитку народів як колективних психічних стереотипів та способів поведінки, що стійко передаються з покоління в покоління і істотною мірою визначають, мотивують та формують економічну діяльність та взаємодію економічних акторів. Показано, що сучасні дослідження приділяють найбільшу увагу розгляду впливу культурно-історичного капіталу різних народів на їх економічний успіх порівняно з іншими країнами, на міжнародну конкурентоспроможність національних економік. У зв'язку з цим аналізуються культурно-історичні основи високої підприємницької активності, креативності, ставлення до праці. Основна увага приділяється огляду досліджень культурних аспектів міжнародної економічної взаємодії, зокрема, впливу культури на динаміку міжнародної торгівлі, конкурентоспроможність національних економік, на прийняття рішень щодо характеру та напрямку виходу мультинаціональних компаній на зовнішній ринок, питання крос-культурного менеджменту. Розглянуто різні підходи до міжнародного ділового спілкування на етапі переговорів. Зроблено висновки щодо необхідності підвищення крос-культурної компетентності представників бізнесу як умови підвищення конкурентоздатності як окремих компаній, так і національних економік.*

Ключові слова: *культурні цінності; неформальні культурні інститути; національна господарська ментальність; культурна дистанція; культурно-історичний капітал; крос-культурна компетентність.*

Юрий Георгиевич КОЗАК
доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой международных экономических отношений, Одесский национальный экономический университет, Украина, e-mail: yuriy777kozak@gmail.com, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-5358-4420

Алексей Владимирович СУЛИМ
кандидат философских наук, доцент кафедры международных экономических отношений, Одесский национальный экономический университет, Украина, e-mail: AlexW2@ukr.net, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-9392-1663

ЭТНОКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ: ГЛОБАЛЬНЫЕ ВЫЗОВЫ

Козак, Ю. Г., Сулим, А. В. Этнокультурные особенности международных экономических отношений : глобальные вызовы // 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. № 3 (67). С. 19–27.

Аннотация. *В статье рассмотрен процесс «возвращения» культурных понятий в мейнстрим экономического мышления, рост признания существенной роли этнокультурных факторов в хозяйственных процессах. Проанализированы различные подходы к изучению влияния исторически сложившихся национальных*

© КОЗАК Ю.Г., СУЛИМ О.В., 2018

культурных стереотипов на экономическое развитие и, в частности, – на международные экономические процессы в глобальном мире. Сформулировано понимание культуры в ее значимости для хозяйственных процессов, а именно, – как неформальных институтов, которые являются продуктом длительного исторического развития народов, как коллективных психических стереотипов и способов поведения, которые устойчиво передаются из поколения в поколение и в существенной степени определяют, мотивируют и формируют экономическую деятельность и взаимодействие экономических актеров. Показано, что современные исследования уделяют наибольшее внимание рассмотрению влияния культурно-исторического капитала различных народов на их экономический успех по сравнению с другими странами, на международную конкурентоспособность национальных экономик. В связи с этим анализируются культурно-исторические основы высокой предпринимательской активности, креативности, отношения к труду. Основное внимание уделяется обзору исследований культурных аспектов международного экономического взаимодействия, в частности, влияния культуры на динамику международной торговли, конкурентоспособность национальных экономик, на принятие решений о характере и направлении выхода мультинациональных компаний на внешний рынок, вопрос кросс-культурного менеджмента. Рассмотрены различные подходы к культуре международного делового общения на этапе переговоров. Сделаны выводы о необходимости повышения кросс-культурной компетентности представителей бизнеса как условия повышения конкурентоспособности как отдельных компаний, так и национальных экономик.

Ключевые слова: *культурные ценности; неформальные культурные институты; национальная хозяйственная ментальность; культурная дистанция; культурно-исторический капитал; кросс-культурная компетентность.*

Yuriy KOZAK

Doctor of Economics, Professor, Head of International Economic Relations Department, Odessa National Economic University, Ukraine, e-mail: e-mail: yuriy777kozak@gmail.com,
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-5358-4420

Olexiy SULYM

PhD in Philosophy, Associate Professor, International Economic Relations Department, Odessa National Economics University, Ukraine, e-mail: AlexW2@ukr.net,
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-9392-1663

ETHNOCULTURAL FEATURES OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS: GLOBAL CHALLENGES

Kozak, Y., Sulym, O. (2018). Ethnocultural features of international economic relations: global challenges. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Etnokulturni osoblyvosti mizhnarodnykh ekonomichnykh vidnosyn: hlobalni vyklyky; za red.: M. I. Zvieriakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; Vìsnik socìal'no-ekonomìčnih doslìdžen' (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 3 (67), pp. 19–27.

Abstract. *The process of «returning» of cultural concepts to the mainstream of economic thinking, the growing recognition of the essential role of ethno-cultural factors in economic processes is considered in the article. Different approaches to the study of the influence of historically developed national cultural stereotypes on economic development and, in particular, on international economic processes in the global world are analyzed. An understanding of culture is formulated in its significance for economic processes, namely, as of informal institutions that are the product of a long historical development of peoples, is formulated. Culture in this regard is a set of collective mental stereotypes and behaviors that are sustainably transmitted from generation to generation and to a significant degree determine, motivate and shape economic activity and interaction of economic actors. It is shown that modern studies pay the most attention to the influence of cultural and historical capital of various peoples on their economic success compared with other countries, on the international competitiveness of national economies. In this connection, the cultural and historical foundations of high entrepreneurial activity, creativity, and attitude to work are analyzed. The analysis is focused on the review of different studies of cultural aspects of international economic interaction, in particular, to the influence of culture on the dynamics of international trade. Also the competitiveness of national economies, the issue of making decisions about the nature and direction of entry mode of multinational companies to the foreign market, the issue of cross-cultural management is considered. Different approaches to the culture of international business communication at the negotiation stage are analyzed. Conclusions about the need to increase the cross-cultural competence of business representatives as a condition for improving the competitiveness of both individual companies and national economies are drawn.*

Keywords: *cultural values; informal cultural institutions; national economic mentality; cultural distance; cultural and historical capital; cross-cultural competence.*

JEL classification: *A120; A130; D020; J240; Z130*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Протягом останнього часу серед економістів усе більше поширюється визнання того, що культурно-історичні чинники істотно впливають на господарську діяльність, на розвиток національної економіки. На визначну роль етнокультурних факторів економічного життя звертали увагу ще представники німецької історичної школи. М. Вебер на початку XX століття запропонував своє бачення впливу релігійних цінностей на економічний розвиток. Він стверджував, що протестантська трудова етика призвела до більших економічних досягнень протестантської частини Європи порівняно з католицькою, а також суттєво вплинула на формування капіталізму. Проте з часом у співтоваристві економістів утвердився інший підхід; культурно-історичні, соціально-психологічні чинники стали розглядатися в економічних дослідженнях як неістотні, як такі, якими можна знехтувати при поясненні господарських процесів. Увага була зосереджена на вивченні об'єктивних причинно-наслідкових залежностей між різними параметрами економічних систем, що доступні для спостереження та кількісно-математичного опису.

Своєрідне «повернення» культурних понять до арсеналу економічного мислення, до його «мейнстриму» відбулося останніми десятиліттями, і одним з чинників цього стали вражаючі економічні успіхи країн Східної Азії, що виявилися можливими, на думку більшості дослідників, значною мірою якраз за рахунок культурно-ментальних особливостей народів цих країн, перш за все, конфуціанських цінностей, ключових для східно-азійських суспільств [1, с.60–84]. Як зазначає Д. Ландес, хоча «такі поняття як «цінності» і «культура» не є популярними серед економістів, котрі вважають за краще мати справу з кількісними (такими, що піддаються більш точному визначенню) чинниками, проте саме життя змушує вести мову про ці речі» [2, с.215]. Усе це знайшло відображення у розвитку інституціоналізму. Це вчення, виникнувши на початку XX століття, звертається до історичного та соціокультурного контексту господарювання, до соціально-психологічних чинників як важливого засобу пояснення економічних процесів, економічного розвитку. При цьому враховуються не лише формальні інститути, але й неформальні, тобто виражені лише ментально – інститути суспільного життя. У своїй книзі «Багатство і бідність націй» Д. Ландес, підтримуючи позицію М. Вебера, робить досить радикальний висновок про те, що успіх національних економік найбільшою мірою обумовлений саме культурними чинниками, ніж будь-яким іншими. Ощадливість, працьовитість, наполегливість, чесність, толерантність – ось ті культурні фактори, які визначають все; соціальні цінності та установки мають вирішальний вплив на економіку – чи буде вона успішною, або ж зазнає невдачі [2]. Подібної позиції дотримуються й низка інших авторів [3]. Отже, після тривалого періоду недооцінки ролі етнокультурних факторів в економіці, тепер все більше визнається: «культура має значення» [4; 5].

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Різні аспекти впливу культурних соціально-психологічних національних стереотипів на господарські процеси аналізувалися багатьма дослідниками. Ф. Фукуяма продемонстрував значення цінностей довіри для ефективної господарської взаємодії [6]; Г. Гофстеде, а також Ф. Тромпераарс і С. Гемпден-Тернер розробили концепції багатомірності економічно релевантних соціально-психологічних орієнтацій господарських акторів та способи їх кількісного виміру [7; 8]; П. Козловські показав значимість моралі як фактору підвищення економічної ефективності [4]; Р. Льюїс виділив три види бізнес-культур: моно-активний, полі-активний та реактивний [9]; Д. Ландес розглянув вплив культури на економічний успіх в історичному аспекті [2]; Р. Метерс і К. Вільямсон, а також Д. Кроуфорт проаналізували вплив різних культурних цінностей на формування інститутів ринкової економіки [10;11], Ж.-Ф. Геннарт і Ж. Ларімо, а також Б. Когут і Г. Сайн розглянули проблему впливу культури на вибір стратегії виходу на зовнішні ринки, що характеризуються відмінною культурою [12; 13]; С. Шейн дослідив вплив культурних орієнтацій на креативність економічних акторів [14]; Л. Гаррісон і С. Гантінгтон, Ш. Бьогельсдейк і О. Маселанд [1; 5], Д. Аджемоглу і

Дж. Робінсон, О. Аузан, Н. В. Латова і Ю. В. Латов розглянули загальні питання впливу культури на господарське життя, на економічний успіх чи невдачу [3; 15; 16].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. У публікаціях розглядаються окремі аспекти культурної детермінації господарських процесів у різних сферах економіки, в тому числі, в міжнародній економіці. Теоретичні та емпіричні дослідження переконливо демонструють наявність зв'язку між культурними цінностями, специфічною господарською ментальністю, з одного боку, і економічними результатами діяльності як окремих фірм, так і національних господарств, з іншого. Однак, зважаючи на глобальні виклики сучасності, вважаємо, що недостатньо уваги приділено комплексному аналізу дії культурних чинників у сфері міжнародних економічних відносин.

Постановка завдання. Завдання статті – висвітлюючи різні дослідницькі підходи, здійснити комплексний мета-аналіз і систематизацію сучасних досліджень стосовно різних аспектів впливу етнокультурних чинників на міжнародні економічні процеси та міжнародний бізнес. Раціональне використання етнокультурного чинника, адаптація до культурних відмінностей є важливим напрямом підвищення ефективності міжнародних економічних відносин, конкурентоспроможності фірм і держав. Це особливо важливо в контексті інтернаціоналізації сучасного економічного життя.

Виклад основного матеріалу дослідження. Говорячи про культурну детермінацію економічних процесів, перш за все, необхідно визначити, що в даному випадку варто розуміти під культурою. Широке розуміння культури як всього, що створено і твориться, тобто культивується людською діяльністю шляхом зміни природної реальності, в даному контексті не підходить. Коли ми торкаємося теми культурної детермінації господарського життя, то тут потрібно більш «вузьке» поняття, яке характеризується низкою наступних моментів. Мається на увазі, перш за все, ментальна, не уречевлена культурна реальність: стереотипи поведінки, вірування, цінності, що впливають на економічну поведінку людей як агентів економічних процесів (неформальні інститути в термінах інституціоналізму). По-друге, такі неформальні інститути є продуктом тривалого культурного та історичного розвитку народів і є дуже стійкими, такими, що не піддаються швидкій зміні, наприклад, через освіту. По-третє, ці стереотипи мислення і дії характерні для групи, суспільства, народу і виражаються у поведінці окремих особистостей як представників спільноти, в рамках якої відбувається їх соціалізація. Таким чином, загалом можна говорити про етнокультурну економічну ментальність як про найважливішу неформальну інституцію, сформовану в результаті тривалого культурно-історичного процесу розвитку народу. Вважаємо, що її також можна розглядати як культурно-історичний капітал.

В контексті міжнародних економічних відносин найважливішими областями прояву дії культурних детермінант є: проблема функціонування різних типів ринкової економіки (різновидів капіталізму); сфера міжнародної торгівлі, що пов'язана, зокрема, з поведінкою споживачів на різних національних ринках товарів і послуг, з розробкою ефективної маркетингової тактики; міжнародні інвестиційні стратегії; управління та організація зовнішньоекономічної діяльності транснаціональних корпорацій; ведення ділових переговорів з іноземними діловими партнерами; процеси інтеграції національних економік [17, с.7–11; 18]. У всіх цих сферах економічних відносин взаємодіють господарські суб'єкти, поведінка яких значною мірою визначається різними культурними установками та стереотипами, різним економічним менталітетом.

Культурні норми впливають на результати господарювання, на економічний ріст та прибутковість суб'єктів господарювання, на економічний розвиток країни в цілому [15]. У економічній поведінці людей, поряд з прагматичним прагненням до максимізації вигоди, значна роль належить таким моральним нормам як відданість, відповідальність, вірність, порядність, взаємна довіра. Дотримання моральних норм дає можливість зменшити трансакційні витрати в економіці, знімає потребу в зовнішньому контролі за діями, покращує координацію поведінки учасників ринку, зменшує небажані побічні ефекти економічної

діяльності [4]. Найбільш продуктивні економіки виникли саме в тих суспільствах, де існують сильні моральні основи та високий рівень взаємної довіри [6]; міцні моральні устої опосередковано впливають на успіх економічної діяльності, зокрема, на зростання доходу на душу населення [15]. Зокрема, високий рівень довіри робить кампанію більш ефективною, оскільки дає можливість делегувати повноваження і відповідальність, свободу приймати рішення на нижчі рівні організації. Таким чином, основний фокус в діяльності організації переміщується від безперервного централізованого управлінського контролю, пов'язаного з постійною підозрою, до продуктивного, незалежного виконання організаційних завдань усіма учасниками. Такий зв'язок між мораллю та економічною ефективністю існує і в інших сферах бізнесу; також культурно детермінованою є креативність суб'єктів господарювання [14].

Важливою у цьому контексті є культура ставлення до праці. Існують значні культурні відмінності між народами з точки зору ставлення до процесу праці, з точки зору самодисципліни працівника. Звичайно, рівень продуктивності праці визначається, насамперед, освітою, науково-технічним рівнем працівників. Але тут суттєво проявляється дія фактору культури. Ставлення до праці як до цінності, як до покликання в Європі сформувалося, наприклад, на основі протестантизму (М. Вебер); під впливом конфуціанської моралі була сформована особлива трудова етика в країнах Далекого Сходу, яка суттєво вплинула на їхні сучасні економічні успіхи. Бізнесмен завжди має враховувати національні особливості культури праці, якщо він прагне перевести виробництво в іншу країну з відмінною культурою. Це дозволяє, наприклад, досягти більшої ефективності інвестицій. З іншого боку, контр-продуктивною є механічна «трансплантація» господарських інститутів (наприклад, в процесі модернізації відсталих суспільств) з материнської культури, де вони сформувалися історично і органічно, в суспільства з іншою ментальною культурою, на ґрунті якої ці інститути не будуть працювати з очікуваним ефектом.

Культурні фактори суттєво впливають на міжнародну торгівлю. У сфері міжнародної торгівлі різні культурні орієнтації проявляються у поведінці споживачів на ринках товарів і послуг, у певних відмінностях у смаках споживачів, у різному сприйнятті певних товарів і послуг на національних ринках різних країн. Національні смаки щодо споживання товарів ґрунтуються на багатовікових традиціях етносу. Найчастіше смакові відмінності виявляються у сприйнятті їжі. Наприклад, спектр предметів покупок, що стосується їжі та одягу, значною мірою залежить від релігії. У результаті деякі види продуктів набувають великих конкурентних переваг, а інші взагалі не мають перспектив на ринку відповідної країни. Ці обставини варто враховувати в процесі управління маркетингом. У споживанні промислових товарів менше розбіжностей, але тут також необхідно враховувати національні смаки. Такі відмінності у споживчих перевагах створюють певний культурний бар'єр для розвитку міжнародної торгівлі. Процес інтернаціоналізації економічних зв'язків вимагає подолання таких, часто ігнорованих, культурних бар'єрів. Нерозуміння культурних відмінностей національних ринків може призвести до втрати можливостей та переваг, іміджу компанії і, зрештою, до невдачі. Лише розвиток культурно-комунікативних компетенцій підприємців, знання національних та культурних особливостей приймаючої країни зможуть пом'якшити ці ризики.

Культурні фактори також впливають на динаміку торгівельних потоків між країнами. Існує давня традиція пояснення інтенсивності торгівельних потоків між країнами на основі так званої гравітаційної моделі міжнародної торгівлі, згідно з якою товарні потоки та потоки прямих іноземних інвестицій прямо пропорційно залежать від розміру економік-учасниць та рівня їх розвитку та обернено пропорційно – від географічної дистанції (транспортні витрати, загальний сухопутний кордон тощо). Але зараз показано, що торгівельні потоки ускладнюються не тільки географічною відстанню, але і культурною дистанцією [1]. Емпірично підтверджено, що, наприклад, країни торгують менше одна з одною, якщо вони мають різні релігії, мови. Показники культурної дистанції, розраховані на основі методології

Г. Гофстеде, широко використовуються в економічній науці для пояснення тенденцій розвитку торгівлі.

Варто враховувати культурні впливи в процесі вибору режиму виходу на міжнародний ринок. Міжнародний бізнес пов'язаний з проблемами прийняття рішень у міжнародному контексті, коли фірма виходить на зарубіжний ринок. Для цього необхідно подолати, разом з фінансовими ризиками, також культурні бар'єри між різними суспільствами. Дослідження показують, що чим більше культурних відмінностей (культурна дистанція між власною та приймаючою країною), тим важче здійснювати інвестування. Культурні чинники також визначають спосіб виходу на зовнішній ринок. Менеджери, які прагнуть до міжнародної експансії, до експорту або створення іноземного підприємства, завжди стикаються з переходом від одної культурної системи до іншої. Приймаючи рішення про вихід на новий зовнішній ринок, про іноземні інвестиції, кожна компанія повинна реально вирішувати дві проблеми – який зовнішній ринок обрати і як вийти на цей ринок. Успіх залежить від мудрості вибору. Сучасні дослідники та бізнесмени при виборі напрямку і способу виходу на зовнішній ринок значну увагу приділяють культурному чиннику.

У зв'язку з цим стала популярною концепція «культурної дистанції». Поняття індексу культурної відстані було введено Когутом та Сінгхом, спираючись на концепцію культурних вимірів Гофстеде [13]. Вона має відмінності лінгвістичного, етнічного, релігійного характеру, різницю в соціальних нормах мешканців різних країн. Зазвичай, багатонаціональні кампанії, прагнуть зменшити обсяги інвестицій в країну у випадку її значної культурної віддаленості і, відповідно – більшого ризику. Вони вважають за краще вкладати менші ресурси і менше ризикувати. Інакше кажучи, значна культурна відстань або високий ризик робить бажаним вибір недорогої стратегії. Чим більша культурна відстань, тим більшою мірою багатонаціональні фірми прагнуть не до створення дочірного підприємства в чужій країні, що є затратним способом, а тяжіють до дешевих способів виходу на зовнішній ринок у вигляді експорту, ліцензування, створення спільних підприємств [12]. Проте, багато залежить від довгострокових цілей компанії, а також від того, до якої галузі вона належить. Так, у випадку з китайськими компаніями, які, прискорюючи темпи інтернаціоналізації, набувають все більшої ролі на світовому ринку, велика культурна дистанція та високі ризики їх не зупиняють, а спонукають діяти протилежним чином, а саме – обирати високозатратні режими виходу на зовнішній ринок, щоб не втратити можливості для розширення бізнесу [1].

Крос-культурний менеджмент передбачає розуміння культурних відмінностей, що є важливим для роботи в багатонаціональній корпорації, коли формується організація, в якій взаємодіють представники різних країн і культур. Зокрема, важливо аналізувати, як ведуть себе емігранти, котрі до того спілкувалися в контексті своєї країни, а потім виступають як керівники дочірнього підприємства в чужій країні. У зв'язку з цим важливо підкреслити, що культурні відмінності можуть виступати як особливий чинник розвитку. Різниця у способах мислення, баченні ситуацій, що притаманна людям, сформованим в різних культурних системах, є джерелом інноваційних рішень. Через це нині широко розповсюджуються мультикультурні організації в бізнесі, які здатні успішно знаходити нові, нестандартні економічні рішення, генерувати інновації. Управління такими організаціями вимагає, звичайно, спеціального вміння, щоб розкрити можливості кожного учасника в його ідентичності та забезпечити їх продуктивну взаємодію [19].

Важливого значення набувають етнокультурні детермінанти моделей національної ринкової економіки. У сучасній світовій економіці практично всі національні економіки функціонують відповідно до загальної логіки капіталізму, тобто ринкової системи виробництва та обміну, приватної власності та гнучкого ринку праці. Але дослідники визначили різні моделі ринкової економіки залежно від етнічних та культурних особливостей країни, зокрема: англосаксонську, німецьку (рейнську), французьку, японську та китайську [10].

Національний господарський менталітет найяскравіше виражається в міжкультурному діловому спілкуванні, стилі ведення міжнародних переговорів, діловому спілкуванні з представниками зарубіжних країн. Одна із найбільш популярних концепцій ділового менталітету належить відомому спеціалісту з міжкультурних досліджень Р. Д. Льюїсу, який, залежно від специфіки ділового менталітету народів світу, поділяє їх на три типи: моноактивні, поліактивні, реактивні [9]. Моноактивний тип людей – це інтроверти, орієнтовані на завдання. Вони чітко планують свою діяльність, мають врівноважений характер, терплячі, віддані своїй роботі, систематично планують майбутнє, працюють в жорстко фіксований час, пунктуальні, охоче підпорядковуються графікам, строго дотримуються робочого плану, дотримуються фактів, віддають перевагу інформації з офіційних джерел. До цієї групи людей належать німці, швейцарці, скандинави, американці, англійці, австрійці, канадці. Поліактивний тип – екстраверти, орієнтовані на спілкування, говірливі і товариські, імпульсивні, емоційні, нетерплячі, готові до неформального спілкування, легко переходять від однієї справи до іншої, планують майбутнє лише в загальних рисах, можуть одночасно займатися різними справами, працюють у будь-який час, мало пунктуальні. До такого типу належать представники Середземноморської Європи (італійці, іспанці, португальці, греки), латиноамериканці, африканці, араби, індійці та пакистанці. Реактивний тип – інтроверти, орієнтовані на збереження поваги. Вони мовчазні, терплячі, поважні і здатні добре слухати, керуються гнучким графіком роботи, пунктуальні, незворушні під час ділової розмови, уважні, захищають репутацію іншого, планують і приймають рішення повільно, колективно, уникають конфронтації у діловому спілкуванні. Найяскравішими представниками цієї групи є японці, китайці, корейці, в’єтнамці та малайці, у Європі – фіни.

При дослідженні економічної ментальності варто виділити етнометричний підхід. Низка дослідників економічної ментальності концептуалізують її дещо по-іншому, висвітлюючи інші колективні соціально-психологічні параметри, виміри активності та реакцій особистості. Крім того, вони пропонують кількісний порівняльний підхід до вивчення різних національних економічних ментальних культур. Зокрема, Г. Гофстеде застосував концепцію ділової культури, пропонуючи визначити низку осей-вимірів, для кожної з яких можна отримати кількісні емпіричні характеристики. Він встановив кілька універсальних показників економічно значимої ціннісної свідомості: індивідуалізм – колективізм; дистанція влади; уникнення невизначеності; маскулінність – фемінінність; конфуціанський динамізм (довгострокова орієнтація проти короткочасної); поблажливість – стриманість [7]. На основі цього можна складати етнометричні портрети кожної нації. Роботи Г. Гофстеде стали найвпливовішими у вивченні дії культурних факторів у сфері міжнародного бізнесу. На їх основі була створена концепція культурної дистанції між країнами.

Пізніше з’явилися інші етнометричні підходи, серед яких, насамперед, підхід Ф. Тромпенаарса та К. Гумптен-Тернера. Вивчаючи преференції та цінності представників різних країн протягом кількох років на основі опитування десятків тисяч менеджерів з цих країн, Тромпенаарс і Гумптен-Тернер запропонували модель бізнес-культури, економічного менталітету, яка містить сім параметрів-дилем: «універсалізм на противагу партикуляризму», «індивідуалізм на противагу комунітаризму», «специфічні стосунки на противагу дифузним відносинам», «досягнення на противагу атрибуції», «послідовність на противагу синхронізму» [8].

Висновки і перспективи подальших розробок. У статті показано, що ігнорування особливостей економічної ментальності та ділової культури іноземних партнерів, зазвичай, призводить до серйозних втрат. Щоб уникнути цього, сучасні бізнесмени повинні знати основні, характерні для окремих країн та регіонів види ділової культури. Значну увагу варто приділяти розвитку навичок міжкультурної сприйнятливості та адаптації – виробленню культурної емпатії, здатності поєднувати різні культурні стилі поведінки в рамках однієї організації та ефективно здійснювати крос-культурне управління. Врахування «культурної

дистанції» між країнами є необхідною умовою підвищення ефективності міжнародної торгівлі, дозволяючи подолати культурні бар'єри для інвестиційних потоків, вибирати більш ефективний спосіб виходу на зовнішній ринок. Необхідною умовою успіху в міжнародному бізнесі є освоєння мистецтва ведення міжнародних перемовин.

Перспективи подальших розробок передбачають аналіз різних аспектів впливу культурних чинників на господарське життя та дослідження потенціалу культурного розмаїття як фактору економічного зростання і підвищення міжнародної конкурентоспроможності економічної системи.

Література

1. Beugelsdijk S., Maseland R. *Culture in economics. History, methodological reflections and contemporary applications*. Cambridge University Press, 2011. 388 p.
2. Landes D. S. *The wealth and poverty of nations. Why some are so rich and some so poor*. New York – London : W. W. Norton & Company, 1998. 650 p.
3. Acemoglu D., Robinson J. *Why nations fail? The origins of power, prosperity and poverty.* New York : Crown business, 2012. 529 p.
4. Koslowski P. *Prinzipien der ethischen ökonomie : grundlagen der wirtschaftsethik und der auf die ökonomie bezogenen ethik.* Tübingen : Mohr Siebeck Verlag, 1994. 339 s.
5. Harrison L. E., Huntington S. *Culture matters : how values shape human progress.* New York : Basic Books, 2000. 348 p.
6. Fukuyama F. *Trust : the social virtues and the creation of prosperity*. New York : Free Press, 1995. XV, 457 p.
7. Hofstede G., Minkov M. *Cultures and organizations : software of the mind.* 3rd ed. New York : McGraw-Hill, 2010. 550 p.
8. Trompenaars F., Hampden-Turner C. *Riding the waves of culture. Understanding diversity in global business.* 3rd ed. Boston-L. : Nicholas Brealey Publishing, 2012. 274 p.
9. Lewis R. D. *When cultures collide : managing successfully across cultures*. London : Nicholas Brealey Publishing, 2000. 462 p.
10. Mathers Rachel L., Williamson Claudia R. *Cultural context : explaining the productivity of capitalism* // Kyklos, May 2011. Vol. 64. No. 2. Pp. 231–252.
11. Crawford D. *Chinese capitalism : cultures, the Southeast Asian region and economic globalisation* // Third World Quarterly. 2000. Vol. 21. No. 1. Pp. 69–86.
12. Hennart Jean-Francois and Larimo J. *The impact of culture on the strategy of multinational enterprises : does national origin affect ownership decisions?* // Journal of International Business Studies. 1988. No. 29 (3). Pp. 515–538.
13. Kogut B., Singh H. *The effect of national culture on the choice of entry mode* // Journal of International Business Studies. 1988. No. 19. Pp. 411–432.
14. Shane S. *Why do some societies invent more than others?* // Journal of Business Venturing. 1992. No. 7. Pp. 29–46.
15. Аузан А. *Развитие и «колея» зависимости* // Мировая экономика и международные отношения. 2017. Т. 61. № 10. С. 96–105.
16. Латова Н. В., Латов Ю. В. *Этнометрические подходы к сравнительному анализу хозяйственно-культурных ценностей* // Вопросы экономики. 2008. № 5. С. 81–102.
17. *World Economy.* 3rd ed. / Ed. by Yu. Kozak. Kyiv-Katowice : CUL, 2016. 185 p.
18. *World economy and international economic relations* // Ed. by Yu. Kozak, T. Shengelia. Tbilisi : PH «UNIVERSAL», 2016. 223 p.
19. Грошев И., Краснослободцев А. *О влиянии культуры на экономическое развитие страны* // Общество и экономика. 2017. № 1. С. 117–134.

References

1. Beugelsdijk, S., Maseland, R. (2011). *Culture in economics. History, methodological reflections and contemporary applications.* Cambridge University Press, 388 p.
2. Landes, D. S. (1998). *The wealth and poverty of nations. Why some are so rich and some so poor.* W. W. Norton & Company, New York – London, 650 p.
3. Acemoglu, D., Robinson, J. (2012). *Why nations fail? The origins of power, prosperity and poverty.* Crown business, New York, 529 p.

4. Koslowski, P. (1994). *Prinzipien der ethischen ökonomie: grundlagen der wirtschaftsethik und der auf die ökonomie bezogenen ethik.* Mohr Siebeck Verlag, Tübingen, 339 s.
5. Harrison, L. E., Huntington, S. (2000). *Culture matters: how values shape human progress.* Basic Books, New York, 348 p.
6. Fukuyama, F. (1995). *Trust : the social virtues and the creation of prosperity.* Free Press, New York, XV, 457 p.
7. Hofstede, G., Minkov, M. (2010). *Cultures and organizations: software of the mind.* 3rd ed. McGraw-Hill, New York, 550 p.
8. Trompenaars, F., Hampden-Turner, C. (2012). *Riding the waves of culture. Understanding diversity in global business.* 3rd ed. Nicholas Brealey Publishing, Boston-L., 274 p.
9. Lewis, R. D. (2000). *When cultures collide: managing successfully across cultures.* Nicholas Brealey Publishing, London, 462 p.
10. Mathers, Rachel L., Williamson, Claudia R. (2011). *Cultural context: explaining the productivity of capitalism*. Kyklos, May 2011, Vol. 64, No. 2, pp. 231–252.
11. Crawford, D. (2000). *Chinese capitalism: cultures, the Southeast Asian region and economic globalisation.* Third World Quarterly, Vol. 21, No. 1, pp. 69–86.
12. Hennart, Jean-Francois & Larimo, J. (1988). *The impact of culture on the strategy of multinational enterprises: does national origin affect ownership decisions?* Journal of International Business Studies, No. 29 (3), pp. 515–538.
13. Kogut, B., Singh, H. (1988). *The effect of national culture on the choice of entry mode*. Journal of International Business Studies, No. 19, pp. 411–432.
14. Shane, S. (1992). *Why do some societies invent more than others?* Journal of Business Venturing, No. 7, pp. 29–46.
15. Auzan, A. (2017). *Development and «gauge» of dependence* [Razvitie i «koleya» zavisimosti], Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnye otnosheniya, T. 61, No. 10, s. 96–105 [in Russian]
16. Latova, N. V., Latov, Yu. V. (2008). *Ethnometric approaches to the comparative analysis of economic and cultural values* [Etnometricheskie podkhody k sravnitelnomu analizu khozyaystvenno- kulturnykh tsennostey], Voprosy ekonomiki, No. 5, s. 81–102 [in Russian]
17. *World Economy* (2016). 3rd ed. Ed. by Yu. Kozak, CUL, Kyiv-Katowice, 185 p.
18. *World economy and international economic relations* (2016). Ed. by Yu. Kozak, T. Shengelia. PH «UNIVERSAL», Tbilisi, 223 p.
19. Groshev, I., Krasnoslobodtsev, A. (2017). *About the influence of culture on the country economic development* [O vliyanii kultury na ekonomicheskoe razvitie strany], Obshchestvo i ekonomika, No. 1, s. 117–134 [in Russian]

Стаття надійшла до редакції 10.07.2018. Прийнята до друку 24.07.2018.

УДК 339.972

Юрій Володимирович МАКОГОН
доктор економічних наук, професор кафедри економіки та міжнародних економічних відносин, Маріупольський державний університет, академік Академії економічних наук України, заслужений діяч науки і техніки України, e-mail: makogon1947@gmail.com

РОЗВИТОК ЛОГІСТИЧНОГО ТА ПРОМИСЛОВОГО ВОДНОГО ПРОСТОРУ УКРАЇНИ У ЧОРНОМОРСЬКІЙ ЗОНІ

Макогон, Ю. В. Розвиток логістичного та промислового водного простору України у Чорноморській зоні // 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. № 3 (67). С. 28–35.

Анотація. *У статті проаналізовано сучасний стан та проблеми розвитку морських перевезень з урахуванням зростаючих потоків вантажів у світовій торгівлі. Визначено, що проблема українських портів щодо надання інтегрованих транспортних послуг нерозривно пов'язана зі станом системи наземного транспорту, особливо, залізничного. Виявлено, що вона виражається в практичній відсутності сучасних засобів зв'язку на залізничних станціях, вантажні маршрути нерідко прямують в обхід України через те, що вантажовласник не має можливості відслідковувати рух вантажів по українській території. Акцентовано увагу на тому, що за своїми можливостями залізничний транспорт поступається морському, але перевантаженість традиційних маршрутів обумовлює необхідність розвитку існуючих і формування нових логістичних маршрутів. Для вирішення зазначеної проблеми найбільш ефективною є розробка системи організаційної взаємодії, заснованої на сучасних логістичних принципах, яка передбачає скорочення часу доставки вантажів на всіх етапах логістичного ланцюжка, підвищення якості послуг, скорочення витрат, а говорити про оптимізацію процесу доставки, коли на практиці матеріальний потік випереджає інформаційний, недоцільно. Обґрунтовано необхідність розв'язання проблеми відсутності єдиної інформаційної системи, яка б пов'язувала всі служби та контролюючі органи в порту, відсутності ефективної системи документообігу, яка б використовувала мінімальну кількість необхідних первинних документів і сучасні системи інформаційного документообігу. Запропонована стратегія формування мультимодальних логістичних маршрутів, яка повинна базуватися на підвищенні ролі енергозберігаючих і екологічних видів транспорту: залізничного, морського, річкового.*

Ключові слова: *інфраструктура транспорту; поліваріантні транспортні логістичні ланцюги; оптимізація вантажопотоків; мультимодальні транспортні коридори; логістичні маршрути; транспортно-логістичний ринок; управлінська логістика; ринок контрактної логістики.*

Юрий Владимирович МАКОГОН
доктор экономических наук, профессор кафедры экономики и международных экономических отношений, Мариупольский государственный университет, академик Академии экономических наук Украины, заслуженный деятель науки и техники Украины, e-mail: makogon1947@gmail.com

РАЗВИТИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОГО И ПРОМЫШЛЕННОГО ВОДНОГО ПРОСТРАНСТВА УКРАИНЫ В ЧЕРНОМОРСКОЙ ЗОНЕ

Макогон, Ю. В. Развитие логистического и промышленного водного пространства Украины в Черноморской зоне // 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. № 3 (67). С. 28–35.

Аннотация. *В статье проанализировано современное состояние и проблемы развития морских перевозок с учетом возрастающих потоков грузов в международной торговле. Определено, что проблема украинских портов относительно предоставления интегрированных транспортных услуг неразрывно связана с состоянием системы наземного транспорта, и особенно, железнодорожного. Выявлено, что она выражается в практическом отсутствии современных средств связи на железнодорожных станциях, грузовые маршруты нередко идут в обход Украины из-за того, что грузовладелец не имеет возможности отслеживать движение грузов по украинской территории. Акцентировано внимание на том, что по своим возможностям железнодорожный транспорт уступает морскому, но перегруженность традиционных маршрутов обуславливает необходимость развития существующих и формирования новых логистических маршрутов. Для решения указанной проблемы наиболее эффективной является разработка системы организационного взаимодействия, основанной на современных логистических принципах, которая предусматривает сокращение времени доставки грузов на всех этапах логистической цепочки, повышение качества услуг, сокращение*

 © МАКОГОН Ю.В., 2018

издержек, а говорить об оптимизации процесса доставки, когда на практике материальный поток опережает информационный, нецелесообразно. Обоснована необходимость решения проблемы отсутствия единой информационной системы, которая бы связывала воедино все службы и контролирующие органы в порту, отсутствия эффективной системы документооборота, которая использовала бы минимальное количество необходимых первичных документов и современных систем информационного документооборота. Предложенная стратегия формирования мультимодальных логистических маршрутов должна основываться на повышении роли энергосберегающих и экологических видов транспорта: железнодорожного, морского, речного.

Ключевые слова: *инфраструктура транспорта; поливариантные транспортные логистические цепочки; оптимизация грузопотоков; мультимодальные транспортные коридоры; логистические маршруты; транспортно-логистический рынок; управленческая логистика; рынок контрактной логистики.*

Yuriy MAKOGON

Doctor of Economics, Professor of Economics and International Economic Relations Department, Mariupol State University, Academician of the Academy of Economic Sciences of Ukraine, Honored Worker of Science and Technology of Ukraine, e-mail: makogon1947@gmail.com

LOGISTIC AND INDUSTRIAL WATER SPACE DEVELOPMENT OF UKRAINE IN THE BLACK SEA ZONE

Makogon, Yu. (2018). Logistic and industrial water space development of Ukraine in the Black Sea zone. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Rozvytok lohistychnoho ta promyslovoho vodnoho prostoru Ukrainy u Chornomorskii zoni; za red.: M. I. Zvieriakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; Vìsnik socìal'no-ekonomìčnih doslìdžen' (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 3 (67), pp. 28–35.

Abstract. *The article analyzes the current state and problems of maritime transportations development with growing flows of cargoes in the world trade. It is determined that the problem of Ukrainian ports regarding the provision of integrated transport services is inextricably linked with the state of land transport system, and especially, railways. It was revealed that she is expressed in the practical absence of modern means of communication at railway stations, and the cargo routes often bypass Ukraine due to the fact the cargo owner is not able to track the movement of goods across Ukrainian territory. Attention is drawn to the fact that, in terms of their capabilities, the railway transport is inferior to the maritime, but the congestion of traditional routes necessitates of existing routes development and the new logistics routes formation. To solve this problem, the most effective is the organizational interaction system development based on modern logistic principles, which provides the time reducing of cargoes delivery at all stages of the logistics chain, the services quality improving, costs reducing, but it's impractical to talk about the delivery process optimizing, when in practice the material flow is ahead of information flow. The necessity of problem solving of the lack of unified information system, that would link together all services and regulatory bodies in the port, the lack of an effective document management system, that would use the minimum number of necessary primary documents and modern information document management systems, is substantiated. The proposed strategy for the multimodal logistics routes formation should be based on the role increasing of energy-saving and ecological modes of transport: railway, maritime, river.*

Keywords: *transport infrastructure; polyvariant transport logistical chains; goods traffics optimization; multimodal transport corridors; logistical routes; the transport-logistical market; administrative logistics; the contract logistics market.*

JEL classification: *F140*

Постановка проблеми у загальному вигляді. З огляду на те, що через територію України прямує низка міжнародних транспортних коридорів, наша країна дуже приваблива для перевезень транзитних вантажів у напрямку Європа-Азія і Північ-Південь. Таким чином, стрімке зростання світового зовнішньоторговельного обороту значною мірою визначає головні напрямки розвитку українського транспортно-логістичного ринку. У першу чергу, це стосується мультимодальних контейнерних і контрейлерних маршрутів в межах міжнародних транспортних коридорів, таких як Північне море, Балтика-Чорне море, ТРАСЕКА, Європа-Азія, «Шовковий шлях». Для цього Україні необхідно перейти до практики роботи блок-трейнів за напрямками Балтика-Чорне море, Північне море-Чорне море та інші регіони. За своїми можливостями залізничний транспорт поступається морському, але перевантаженість традиційних маршрутів, коли виникають нові регіони, що

генерують вантажопотоки, такі як Західний Китай, Північна Індія й інші, виникає нагальна потреба в розвитку існуючих і формуванні нових логістичних маршрутів.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Питання загальних проблем, що стосуються аспектів формування транспортно-логістичної системи знайшли розвиток у наукових доробках Т. Г. Сухорукової та М. О. Устенко, у працях І. О. Іртищевої та М. В. Кіндій досліджуються тенденції розвитку світового та українського логістичного ринку, можливості імплементації досвіду провідних країн світу в транспортно-логістичну систему Україні досліджені В. Л. Дикань, А. О. Кизимом, М. В. Кондратюком, проте залишаються актуальними питання визначення пріоритетних напрямків удосконалення логістичної системи України у Чорноморській зоні.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Зважаючи на вищезазначене, необхідно вирішити важливу проблему інтенсифікації розвитку інфраструктури транспорту та глобальної транспортної логістики, що передбачає формування і використання поліваріантних транспортних логістичних ланцюжків для оптимізації вантажопотоків, зниження витрат і прискорення доставки, у тому числі, практичної реалізації ідеї «нового Шовкового шляху».

Постановка завдання. Стратегія формування мультимодальних логістичних маршрутів має базуватися на підвищенні ролі енергозберігаючих та екологічних видів транспорту: залізничного, морського, річкового. Питомі витрати палива цих видів транспорту на порядок нижче ніж автомобільного. Між тим, в Україні склалася негативна тенденція щодо будівництва складських логістичних комплексів далеко від залізничних і водних магістралей, тобто орієнтованих тільки на автомобільний транспорт. У той час, як в Європі успішно розвивається внутрішній водний транспорт, Україна і Молдова досі не приєдналася до найважливішої для річкового транспорту Європейської угоди (1996 р.).

Виклад основного матеріалу дослідження. Загалом в умовах глобалізації світової економіки та збільшення товарообігу, темпи попиту на логістичні послуги, які оцінюються в 10% ВВП, неухильно зростають: в Європі – на 5–6% на рік, в Америці – на 18–20% [1; 2]. Особливо швидко розвиваються комплексні послуги з управління ланцюгами поставок. Незважаючи на те, що логістичний ринок України знаходиться на етапі становлення, вже формуються передумови до розвитку 3PL і 4PL провайдерів, здатних вирішувати всі питання – від виконання окремих операцій у сфері логістики до надання комплексних послуг та інтегрованого управління логістичними ланцюжками підприємства-клієнта. У структурі українського транспортно-логістичного ринку головну частку складають транспортно-експедиторські послуги, значно меншу – складування і митно-брокерські послуги та управлінська логістика. Ємність ринку контрактної логістики оцінюється в Україні в 11–14 млрд. дол. [3]. Для більш ефективного використання інфраструктури української частини 3-го і 5-го МТК та удосконалення організації транспортного процесу на цих напрямках необхідно створити логістичні та накопичувально-розподільчі центри на кордоні з Угорщиною, Словаччиною, Польщею, Молдовою, а також поблизу великих морських портів.

Ще одна важлива проблема – збільшення заходів великотоннажних суден у морські та річкові порти, розташовані в акваторії Дніпро-Бузького лиману, що потребує проведення днопоглиблювальних робіт до 12,5–13,5 м. Варто відзначити недостатні пропускні спроможності автомобільно-залізничних морських переправ, що обумовлено монополізацією ринку однією компанією і відсутністю конкуренції. Як наслідок, в порту Чорноморську середній термін очікування завантаження на паром вагону становить до кількох діб, при виведенні одного судна-порому з експлуатації – 7–14 діб; вантажних автомобілів – 4 доби, при виведенні одного судна – 10–20 діб [2].

Регулярна поромна лінія Чорноморськ (Україна) – Поті/Батумі (Грузія), що відкрилася в 1999 р., є морською ділянкою Євро-Азійського Транспортного коридору Північна Європа – Східна Європа – Україна – Закавказзя – Середня Азія. Відкриття поромної лінії ініційовано урядами України і країн Закавказзя в рамках проекту TRACECA за підтримки Європейського Союзу. Варто зазначити, що наразі цей паром є фактично єдиним шляхом доставки вантажів

до Вірменії. З 2001 р. відкрилася регулярна лінія Чорноморськ (Україна) – Дериндже (Туреччина). Для перевезення вантажів на лінії використовуються автомобільно-залізничні пороми «Герої Шипки» і «Герої Плевни». Вантажі, що прямують з Туреччини, перевантажуються в порту Дериндже безпосередньо в залізничні вагони загального парку, слідують до порту Чорноморськ, а з порому слідують далі до місця призначення – Україна, Росія та інші держави СНД. Джурджулештський морський порт Молдови входить в 7-й МТК і в коридор TRASECA та є конкурентом Румунії та Україні [2]. Географічне розташування порту дозволяє відкрити лінії з перевезення пасажирів і вантажів в порти інших придунайських держав, в чорноморські і середземноморські країни.

Розглянемо на прикладі головних морських регіонів перспективи зростання вантажообігу і завдання, що постають перед транспортниками в частині підвищення пропускної спроможності інфраструктури морських портів. Так, прогнозований вантажообіг портів Дніпро-Бузького регіону за «помірно-оптимістичним» сценарієм розвитку мав би скласти 60 млн. т, що в 3,1 рази вище існуючих показників. Основний приріст передбачається здійснити за рахунок переробки навалювальних і контейнерних вантажів, а також вантажів «брейк-балк». В районі Тендрівської і Кінбурнської кіс планується будівництво нового промислового порту. Новий чорноморський порт, в який планується вкласти приблизно 283 млн. гривень, 250 млн. з яких – приватні інвестиції, буде спеціалізуватися на рейдовому перевалюванні вантажів [2]. Відмінність нового порту в тому, що завдяки його розміщенню річковим судам, що здійснюють транзит вантажів з подальшим перекиданням на великотоннажні морські судна, не доведеться витрачатися на портові збори – відразу з річкового маршруту вони будуть потрапляти в рейдовий перевал. У морській частині порту зможуть обслуговуватися морські великовантажні судна водотоннажністю до 100 000 тонн – «панмакс», «постпанмакс» і «кепсайз».

Загальна оцінка тенденцій, які проявилися на внутрішньому транспорті європейського континенту останніми роками з урахуванням кризових явищ в економіці, зроблена ще в лютому 2009 р. на 71-й сесії Комітету з внутрішнього транспорту (КВТ) ЄЕК ООН. Відзначивши, що «за останній рік перспективи зростання світової економіки різко звузилися», секретаріат ЄЕК ООН дійшов висновку, що найближчим часом «по всьому регіону ЄЕК зростання вантажних перевезень сповільниться більшою мірою, ніж зростання ВВП. Зниження обсягів торгівлі товарами призведе до скорочення внутрішніх транспортних потоків. Слабкий споживчий та інвестиційний попит спричинить негативний вплив на всі види транспорту…» [1]. Цілком очевидно, що такі процеси не можуть не впливати на цей вид транспорту в Україні, тим більше, що вона поставила за мету інтегрувати національні внутрішні водні шляхи в єдину мережу водних шляхів континенту. Останні серйозні кроки в цьому напрямку зроблені ще 28.09.2009 р. – Президент України підписав Указ про приєднання України до Європейської угоди про найважливіші внутрішні водні шляхи міжнародного значення. Тому цілком очевидна зацікавленість України в оптимізації процесів, які визначаються рішеннями ЄЕК ООН у сфері внутрішнього судноплавства та результативності її досліджень. У першому напрямку пріоритет віддається усуненню «вузьких місць» на водних шляхах і заповненню «відсутніх ланок» шляхів категорії Е. Другий – стосується розробки і прийняття нормативних приписів і рекомендацій у сфері судноплавства і перевезення вантажів, уніфікації забезпечення безпеки судноплавства, запобігання забрудненню вод і повітря, інформаційного забезпечення судноплавства.

В сучасних умовах торговий порт є не просто проміжною ланкою між різними видами транспорту, він відіграє активну роль у світовій транспортній системі. Останнім часом активізувався процес диверсифікації портових послуг, завдяки якому значна частина діяльності портів виходить за межі звичайних функцій. Порт є центром комерційних послуг з перевалки вантажів, виступає в ролі центру індивідуального обслуговування, центру технічних послуг, екологічного центру і митної зони. За наявності сприятливих умов і підтримки уряду, порт може створити необхідні умови для розвитку промисловості у припортовий зоні. В еволюції розвитку портів до останнього часу виділяли 3 покоління, а сьогодні вже можна

говорити про 4-те покоління портів. Необхідно відзначити, що до середини минулого століття в управлінні портами домінувала консервативна стратегія адміністративного регулювання, проте вона не могла задовольнити зростаючих потреб міжнародної торгівлі. У зв'язку з цим у багатьох портах світу давно відмовилися від такої стратегії. На зміну прийшла стратегія комерціалізації діяльності порту. Вона сприяла появі портів другого і третього поколінь, які змогли досягти зростання вантажообігу, збільшення кількості суднозаходів, організувати промислову і комерційну діяльність. Іншим напрямом активізації стратегії розвитку порту є його орієнтація на комплексну обробку і розподіл інформаційних потоків, пов'язаних з обслуговуванням вантажопотоків. На сьогодні до елементу інфраструктури додається ще один елемент – це «інфоструктура», тобто інформаційна структура порту. Вона відіграє головну роль з точки зору розгляду порту як елементу логістичного ланцюжка, визначає конкурентоспроможність порту, від неї залежить якість і терміни доставки товарів від виробника до споживача. Але порту важко перейти до категорії третього покоління без проведення організаційних змін, які стосуються взаємозв'язків між різними видами діяльності всередині порту, а також між портом і муніципальними органами, тому вона передбачає перехід до більш гнучких і адаптивних організаційних структур.

Порти третього покоління з'явилися в 80-х роках завдяки інтенсивному розвитку контейнеризації та розповсюдженню мультимодальних перевезень. Крім того, цьому сприяв розвиток логістичного підходу в управлінні та оптимізації ланцюгів поставок. Однак це зовсім не означає, що діяльність портів першого і другого покоління дійшла кінця. Традиційні портові послуги, пов'язані з обробкою суден, залишаються основною діяльністю порту. Різниця полягає лише в тому, що в портах другого і третього покоління крім стивідорних послуг є широкий комплекс послуг, що надаються судну і пасажирам. При цьому навігаційні послуги, вантажні операції, складування вантажів та інші традиційні послуги виконуються на рівні сучасного менеджменту з використанням засобів телекомунікації. У портах третього покоління портова інфоструктура, зазвичай, інтегрована в телекомунікаційну мережу, яка нерідко поєднує всіх учасників не тільки транспортного процесу, але й процесу виробництва і розподілу товарів. У XXI ст. порти третього покоління покликані відігравати роль сполучних ланок, які пов'язують магістральні напрямки різних видів транспорту. Такі порти-дистриб'ютори будуть сприяти інтернаціоналізації транспортної мережі, глобалізації міжнародної торгівлі і світової економіки, виступати в ролі стратегічних центрів комплексного управління рухом товарів і товаророзподілення у світовій торгівлі. Наразі вже з'являються порти четвертого покоління, на території яких, крім функцій, властивих для портів 3-го покоління, створюються промислові підприємства, не пов'язані з основною діяльністю портів. Вони входять до загальної організаційної структури порту, але для цього така структура повинна бути гнучкою та адаптивною. Це, наприклад, можуть бути структури з центрами прибутку або мережеві структури у вигляді кластерів. Крім того, до четвертого покоління можна віднести порти, на території яких розташовані великі логістичні центри. Уже в найближчому майбутньому логістичні центри можуть вирости до значних розмірів, а тоді виникне зворотна ситуація: існуватиме не логістичний центр на території порту, а порт, як складовий елемент великого логістичного центру.

Сучасний менеджмент в українських портах більше орієнтований на проблеми, пов'язані зі стивідорними і складськими операціями, в той час, як зарубіжні порти підтримують авторитет у вантажовласників шляхом розширення асортименту портових послуг щодо вантажу, судна і пасажирів. Якщо вітчизняний портовий менеджмент не акцентує увагу на проблемах, які виникають у клієнтів поза перевантажувальним процесом, то в портах Болгарії, Росії, Румунії та Туреччини проблеми клієнтів розглядають як власні.

Розвиток вітчизняних портів і всього транспортного комплексу нерозривно пов'язаний з використанням сучасних технологій управління та оптимізації процесів перевантаження і доставки вантажів. Основна увага повинна спрямовуватися на вирішення питань організаційного характеру. Наразі величезна увага приділяється питанням поліпшення технологічного процесу перевантаження, заміни техніки і розробці нових

технологій, а питанням організаційного характеру увага практично не приділяється. В українських портах практично неможливо впровадження сучасної системи доставки вантажів «just in time». І пов'язано це не з проблемами недостатньої оснащеності, а з відсутністю необхідної системи організації всього логістичного ланцюжка від виробника до споживача. Сьогодні основна проблема полягає не в тому, як швидше здійснити перевантаження вантажу, а в тому, як організувати служби порту, щоб процес оформлення займав якомога менше часу.

Найважливішою вимогою до порту в сучасних умовах є його здатність надавати інтегровані інформаційні послуги. Раніше рівень розвитку порту, його відповідність сучасним вимогам визначалися інфраструктурою, пов'язаною з перевантаженням і складуванням вантажів. Наразі конкурентоспроможність порту, крім наявності сучасної перевантажувальної і транспортної інфраструктури, істотно залежить від ступеня розвитку інформаційної структури. Сучасний порт – це міжнародний інформаційний центр, користувачами якого є не тільки управлінський персонал, але і вантажовласники, мультимодальні оператори, судновласники, митні відомства, страхові компанії, кредитно-банківські установи, агенти, експедитори, сюрвеєри і багато інших. Головна проблема українських портів, виражена у відсутності надання інформаційних послуг інтегрованого характеру, має тісний зв'язок зі станом системи наземного транспортного сполучення, перш за все – залізничними перевезеннями. Важливим питанням, що потребує негайного вирішення, є відсутність сучасних засобів зв'язку. На сьогодні українські транспортні реалії характеризуються тим, що в них не існує єдиної інформаційної системи, яка здійснює зв'язок між всіма службами порту та органами державного контролю. Крім того, в категорії проблемних питань потрібно виокремити відсутність єдиної системи документообігу з мінімальним використанням первинних документів. Іноземні вантажовласники не мають можливості здійснювати постійний моніторинг руху вантажів територією України, тому часто приймають рішення спрямовувати їх в обхід нашої території. Перспективним шляхом вирішення цього питання є впровадження системи організаційної взаємодії, яка має бути заснована на сучасних принципах логістики. Це призведе до скорочення часу транспортування вантажів, підвищення якості логістичних послуг, запобігання додаткових витрат.

Середземне море є міжматериковим морем Атлантичного океану, який має з ним сполучення через Гібралтарську протоку. У водах Середземного моря виділяють наступні моря: Тірренське, Альборан, Лігурійське, Балеарське, Іонічне, Адріатичне і Егейське. Крім того, до басейну Середземного моря включають Мармурове, Азовське, Чорне і Кілікійське моря. На північному сході воно поєднується протокою Дарданелли з водами Мармурового моря, потім через протоку Босфор з Чорним, а на південному сході через Суецький канал – з Червоним морем і включає території 17 держав. Все це визначає важливу роль Середземноморського регіону в світовій економіці. Море слугує найважливішою транспортною магістраллю, яка поєднує середземноморські і чорноморські держави з країнами всіх континентів. Через великі середземноморські порти проходять головні вантажні і пасажирські перевезення, як каботажні, так і далекого плавання. Особливе місце в транспортних зв'язках посідає Суецький канал – найкоротший шлях, що поєднує Середземне море з Індійським океаном [4].

Балто-Чорноморський коридор розвитку – це проект створення у Східній і Центральній Європі зони випереджаючого інфраструктурно-промислового розвитку і самостійного суб'єкта світового розвитку для довгострокової політичної і соціально-економічної стабілізації регіону. Ліквідація «санітарного кордону» між Європою і Росією можлива на основі випереджаючого промислового розвитку регіону і наділення його відповідальною світової роллю. Формування Балто-Чорноморського коридору розвитку є розумною альтернативою «Східному партнерству» – проекту Євросоюзу, спрямованого на остаточне оформлення «санітарного кордону». Аналогічна ситуація з Центральною Європою. Без промислового розвитку всіх країн регіону, що сукупно утворюють більш ніж 100-мільйонний ринок, економічний, культурний і соціально-демографічний розвиток країн, що входять в нього, буде неможливим. Головним

інструментом формування Балто-Чорноморського коридору розвитку є його випереджальний енергетичний розвиток і включення до трансконтинентальних транспортних магістралей. Наразі фактично завершено формування найважливішого з даної точки зору вузла регіональних енергетичних протиріч – українсько-польсько-білорусько-прибалтійського. Окремим напрямком промислового розвитку регіону повинні стати проекти, пов'язані з фундаментальними дослідженнями, спрямованими на вирішення завдання щодо будівництва «євразійського сухопутного моста», який пов'язує Європу з Південною Азією та Азіатсько-Тихоокеанським регіоном. Вони забезпечать тривалий попит на широку номенклатуру товарів промислового виробництва, що складе основу унікальної спеціалізації і конкурентоспроможності БЧКР у світовому розподілі праці.

Найважливішими завданнями, на вирішенні яких зосереджено увагу, як самих країн Чорноморського регіону, так і ЄС та ООН, є [3; 5]:

– розробка та реалізація системи трансчорноморських інтермодальних ліній з використанням найбільш ефективного міжнародного досвіду;
– завершення формування, реконструкції і будівництва кільцевого автотранспортного коридору навколо Чорного моря;
– налагодження системи функціонування трансчорноморських морських і кільцевих сухопутних перевезень з використанням найбільш ефективного європейського досвіду.

Необхідно відзначити, що трансчорноморські морські перевезення забезпечують вирішення трьох найважливіших завдань [6]:

– здійснення торгових зв'язків між Європою і Азією через Чорноморський регіон;
– обслуговування зовнішньої торгівлі Чорноморських країн з державами інших континентів шляхом масштабних морських перевезень через Босфор і Середземне море;
– забезпечення торгівлі чорноморських країн між собою через відповідні порти.

Із цих портів ключовими опорними пунктами інтермодальних ліній є Варна і Бургас в Болгарії; Констанца – в Румунії; Ізмаїл, Чорноморськ, Одеса, Південний, Маріуполь – в Україні; Новоросійськ, Кавказ і Сочі – в Росії, Поті і Батумі – в Грузії; Стамбул, Самсун, Трабзон, і Деринже – в Туреччині. Саме ці порти беруть участь в прийомі та обробці судів – контейнеровозів, залізничних і автомобільних поромів. Ключовими опорними пунктами для розширення і розвитку круїзного бізнесу в регіоні Чорного моря є Бургас, Варна, Констанца, Одеса, Севастополь, Ялта, Новоросійськ, Сочі, Батумі і Стамбул [7; 8]. Співпраця цих портів з судновласницькими компаніями, експедиторами, агентами і туроператорами має стати опорною базою для розвитку трансчорноморських магістралей і круїзного бізнесу.

Висновки і перспективи подальших розробок. У підсумку варто наголосити на тому, що з урахуванням обмеженої пропускної спроможності протоки Босфор досить швидко загострюється ситуація навколо проблеми безпеки мореплавання в протоці, тому важливою транспортною задачею є перемикання вантажопотоків між країнами Чорноморського та Балтійського регіонів з морських шляхів навколо Європи на інтермодальні сухопутні перевезення між портами України та прибалтійських держав, між портами Болгарії та Румунії на Балканському півострові й портами Польщі, Німеччини та Нідерландів в регіоні Балтійського і Північного морів. У зв'язку з цим велике значення має розвиток системи швидкісних залізничних маршрутних поїздів (block-train).

Вирішення проблемних питань, які було виокремлено та узагальнено саме для українських портів, тісно пов'язане із розробкою та впровадженням системи організаційної взаємодії між всіма учасниками логістичного процесу. На сьогодні вести мову про оптимізацію процесів доставки вантажів є майже недоречним, бо українська практика характеризується парадоксальною ситуацією – матеріальні потоки випереджають у своєму русі інформаційні. Імплементація сучасних логістичних принципів дозволить суттєво скоротити час, що витрачається на здійснення доставки вантажів, буде сприяти підвищенню якісної складової транспортних послуг, призведе до значного скорочення транспортних витрат та впровадження у роботу логістичної системи інформаційного документообігу. Наслідком запропонованих перетворень має стати робоча система інформаційного

забезпечення, що буде здійснювати зв'язок між усіма службами сучасного порту та органами, до повноваження яких входить здійснення контрольних функцій.

Література

1. *Все порты и терминалы Черноморско-Азовского басейна* : сайт. URL: http://portsukraine.com/node/2531 (дата обращения: 08.07.2018).
2. *У 2011 році українськими морськими портами перероблено майже 114 млн. тонн вантажів.* URL: http://portovik.wordpress.com/2012/01/26/u-2011-roci-ukraïns'kimi-mors'kimi-portami (дата звернення: 10.07.2018).
3. Макогон Ю. В. *Состояние и возможности развития торгового флота Украины в зоне Черноморского экономического сотрудничества* // Проблемы и перспективы развития сотрудничества между странами Юго-Восточной Европы в рамках Черноморского экономического сотрудничества и ГУАМ. Донецк : ДонНУ. 2011. Т. 2. С. 440–453.
4. Макогон Ю. В. *Развитие морского транспорта в государствах-членах ЧЭС* : *проблемы и перспективы – украинский аспект* // Проблемы и перспективы развития сотрудничества между странами Юго-Восточной Европы в рамках Черноморского экономического сотрудничества и ГУАМ. Донецк : ДонНУ. 2009. Т. 1. С. 16–22.
5. *Стратегія розвитку морських портів до 2038 року.* URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/548-2013-р (дата звернення: 12.07.2018).
6. Макогон Ю. В., Лысый А. Ф., Барышникова В. В., Гаркуша Г. Г., Грузан А. В. *Механизмы организации Черноморского экономического сообщества в стимулировании развития портов Украины* : монография / Под ред. Ю. В. Макогона. Донецк: ДонНУ, 2013. 322 с.
7. *Ильичевский паромный комплекс* : сайт. URL: http://tpnht.ru/uslugi/paromnie-perevozki/ilichevsk-parom (дата обращения: 12.07.2018).
8. *Джурджулештский морской порт Молдавии составит конкуренцию Румынии и Украине.* URL: http://forum.railwayclub.info/index.php?topic=16626.0 (дата обращения: 15.07.2018).

References

1. *All ports and terminals of the Black Sea-Azov basin* [Vse porty i terminaly Chernomorsko-Azovskogo baseyna], available at: http://portsukraine.com/node/2531 [in Russian]
2. *In 2011 Ukrainian seaports processed almost 114 million tons of cargo* [U 2011 rotsi ukrainskymy morskymy portamy pererobleno maizhe 114 mln. tonn vantazhiv], available at: http://portovik.wordpress.com/2012/01/26/u-2011-roci-ukraïns'kimi-mors'kimi-portami [in Ukrainian]
3. Makogon, Yu. V. (2011). *Status and development opportunities of Ukrainian merchant fleet in the Black Sea Economic Cooperation zone* [Sostoyanie i vozmozhnosti razvitiya torgovogo flota Ukrainy v zone Chernomorskogo ekonomicheskogo sotrudnichestva], Problemy i perspektivy razvitiya sotrudnichestva mezhdu stranami Yugo-Vostochnoy Evropy v ramkakh Chernomorskogo ekonomicheskogo sotrudnichestva i GUAM, Donetsk, DonNU, T. 2, s. 440–453 [in Russian]
4. Makogon, Yu. V. (2009). *The maritime transport development in the BSEC member states: problems and prospects – Ukrainian aspect* [Razvitie morskogo transporta v gosudarstvakh-chlenakh CHEHS: problemy i perspektivy – ukrainskiy aspekt], Problemy i perspektivy razvitiya sotrudnichestva mezhdu stranami Yugo-Vostochnoy Evropy v ramkakh Chernomorskogo ekonomicheskogo sotrudnichestva i GUAM, T. 1, s. 16–22 [in Russian]
5. *Strategy of sea ports development till 2038* [Stratehiia rozvytku morskykh portiv do 2015 roku], available at: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/548-2013-p [in Ukrainian]
6. Makogon, Yu. V., Lysyy, A. F., Baryshnikova, V. V., Garkusha, G. G., Gruzan, A. V. (2013). *Black Sea Economic Community organization mechanisms in stimulating of Ukrainian ports development:* monograph. Ed. by Yu. V. Makogon [Mekhanizmy organizatsii Chernomorskogo ehkonomicheskogo soobshchestva v stimulirovanii razvitiya portov Ukrainy: monografiya; pod red. Yu. V. Makogona], Donetsk, DonNU, 322 s. [in Russian]
7. *Ilyichevskiy ferry complex:* website [Ilychevskiy paromnyy kompleks: sayt], available at: http://tpnht.ru/uslugi/paromnie-perevozki/ilichevsk-parom [in Russian]
8. *Giurgiulesti sea port of Moldova will compete with Romania and Ukraine* [Dzhurdzhuleshtskiy morskoy port Moldavii sostavit konkurentsiyu Rumynii i Ukraine], available at: http://forum.railwayclub.info/index.php?topic=16626.0 [in Russian]

Стаття надійшла до редакції 09.08.2018. Прийнята до друку 23.08.2018.

УДК 339.5:658

Inna UKHANOVA
PhD in Economics, Associate Professor of International Economic Relations Department, Odessa National Economic University, Ukraine, e-mail: inna.uhanova@gmail.com, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0003-3510-382X

THE CURRENT STATE AND PROSPECTS OF UKRAINIAN ENTERPRISES EXPORT ACTIVITY DEVELOPMENT ON THE EUROPEAN MARKET OF CABLE PRODUCTS

Ukhanova, I. (2018). The current state and prospects of Ukrainian enterprises export activity development on the European market of cable products. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku eksportnoi diialnosti ukrainskykh pidpryiemstv na Evropeiskomy rynku kabelnoi produktsii; za red.: M. I. Zvieriakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; Vìsnik socìal'no-ekonomìčnih doslìdžen' (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 3 (67), pp. 36–42.

Abstract. *The article summarizes and investigates of the current state problems of foreign trade of Ukrainian enterprises in the cable industry goods. The state of the cable production market in the European Union countries is considered. The emphasis is on the modern quality standards and the complexity of certification procedures. Analysis of the cable products producers export activity of Ukraine is carried out on the example of the public joint-stock company "Odeskabel", which is the leading producer of cable products in the South of Ukraine. The export's efficiency indicators of OJSC "Odeskabel" are analyzed, the economic effect of the enterprise's product export is calculated, the dynamic of total sales and product exports over the last five years is determined. The method of SNW-analysis have been used for enterprise's internal environment analysis. It was determined, that the "Organization of General Management" sphere is inefficient, the "Production" sphere is one of the strongest at the enterprise, the "Marketing" sphere is not sufficiently developed at the enterprise, in the "Finance and Accounting" sphere there are both strengths and weaknesses, and the "R & D" sphere is well developed. The political and economic macroenvironmental factors have the greatest impact on the enterprise, and the main risks in his activity are political instability in Ukraine, a sharp change in exchange rates and devaluation of the national currency, crisis phenomena in the economy of Ukraine, in the EU countries and the world, which have influence on the whole global market and the requirements tightening for cabling wiring products and changes to European quality standards. Possible prospects for the cable products export development by Ukrainian enterprises, in particular PJSC "Odeskabel", in the conditions of degree integration deepening of national economy into the common EU market and provisions of the Free Trade Zone, are given.*

Keywords: *cable industry; European Union; common EU market; Free Trade Zone; export; foreign trade; public joint-stock company "Odeskabel"; quality standards; the export of cable products.*

Інна Олегівна УХАНОВА
кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародних економічних відносин, Одеський національний економічний університет, Україна, e-mail: inna.uhanova@gmail.com, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0003-3510-382X

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЄВРОПЕЙСЬКОМУ РИНКУ КАБЕЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Уханова, І. О. Сучасний стан та перспективи розвитку експортної діяльності українських підприємств на європейському ринку кабельної 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. № 3 (67). С. 36–42.

Анотація. *У статті узагальнено та досліджено проблеми сучасного стану зовнішньої торгівлі українськими підприємствами товарами кабельної промисловості. Розглянуто стан ринку кабельного виробництва в країнах Європейського Союзу. Акцент робиться на сучасних стандартах якості та ускладненні процедур сертифікації. Аналіз експортної активності виробників кабельної продукції України здійснюється на прикладі ПАТ «Одескабель», який є провідним виробником кабельної продукції на півдні України. Проаналізовано показники ефективності експорту ПАТ «Одескабель», розраховано економічний ефект експорту продукції підприємства, визначено динаміку загального обсягу продажів та експорту продукції за п'ять останніх років. Для проведення аналізу внутрішнього середовища використано метод SNW-аналізу. Визначено, що сфера «Організація загального управління» є неефективною, сфера «Виробництво» є однією із найсильніших на підприємстві, сфера «Маркетинг» на підприємстві розвинена недостатньо та не справляється із поставленими завданнями, у сфері «Фінанси та облік» є як сильні, так і слабкі сторони, а сфера «НІОКР»*

 © UKHANOVA I.O., 2018

розвинена добре. Найбільший вплив на підприємство мають політичні та економічні фактори макросередовища, а основними ризиками в його діяльності є політична нестабільність в Україні, різка зміна курсів валют та девальвація національної валюти, кризові явища в економіці України, країнах Європейського Союзу і світу, які мають вплив на весь світовий ринок, посилення вимог до кабельно-провідникової продукції та внесення змін до європейських стандартів якості. Викладено можливі перспективи розвитку експорту кабельної продукції українських підприємств, зокрема, ПАТ «Одескабель» в умовах поглиблення ступеня інтеграції національної економіки до спільного ринку ЄС та дії положень Зони вільної торгівлі.

Ключові слова: *кабельна промисловість; Європейський Союз; спільний ринок ЄС; зона вільної торгівлі; експорт; зовнішня торгівля; ПАТ «Одескабель»; стандарти якості; експорт кабельної продукції.*

Инна Олеговна УХАНОВА
кандидат экономических наук, доцент кафедры международных экономических отношений, Одесский национальный экономический университет, Украина,
e-mail: inna.uhanova@gmail.com, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0003-3510-382X

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УКРАИНСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ЕВРОПЕЙСКОМ РЫНКЕ КАБЕЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ

Уханова, И. О. (2018). Современное состояние и перспективы развития экспортной деятельности украинских предприятий на европейском рынке кабельной 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. № 3 (67). С. 36–42.

Аннотация. *В статье обобщены и исследованы проблемы современного состояния внешней торговли предприятий Украины товарами кабельной промышленности. Рассмотрено состояние рынка кабельного производства в странах Европейского Союза. Акцент делается на современных стандартах качества и сложности процедур прохождения сертификации. Анализ экспортной деятельности производителей кабельной продукции Украины проводится на примере ПАО «Одесскабель», которое является ведущим производителем кабельной продукции на юге Украины. Проанализированы показатели эффективности экспорта ОАО «Одескабель», рассчитан экономический эффект экспорта продукции предприятия, определена динамика общего объема продаж и экспорта продукции за пять последних лет. Для проведения анализа внутренней среды использован метод SNW-анализа. Определено, что сфера «Организация общего управления» является неэффективной, сфера «Производство» является одной из сильнейших на предприятии, сфера «Маркетинг» на предприятии развита недостаточно и не справляется с поставленными задачами, в сфере «Финансы и учет» есть как сильные, так и слабые стороны, а сфера «НИОКР» развита хорошо. Наибольшее влияние на предприятие оказывают политические и экономические факторы макросреды, а основными рисками в его деятельности являются политическая нестабильность в Украине, резкая смена курсов валют и девальвация национальной валюты, кризисные явления в экономике Украины, странах Европейского Союза и мира, которые имеют влияние на весь глобальный рынок, ужесточение требований к кабельно-проводниковой продукции и внесении изменений в европейские стандарты качества. Приведены возможные перспективы развития экспорта кабельной продукции украинскими предприятиями, в частности, ПАО «Одескабель» в условиях углубления степени интеграции национальной экономики в общий рынок ЕС и действия положений Зоны свободной торговли.*

Ключевые слова: *кабельная промышленность; Европейский Союз; общий рынок ЕС; зона свободной торговли; экспорт; внешняя торговля; ПАО «Одесскабель»; стандарты качества, экспорт кабельной продукции.*

JEL classification: *F140*

1. Introduction

The world is developing at a faster pace. It’s no secret that the production and export of high-tech products with greater added value is more profitable. Information technologies have transformed communications, information, transport and energy supply into means of strategic importance. This led to the rapid growth of the demand for cable-conductor products and wires with the beginning of the so-called era of the information society. Thus, the largest share in the export of Ukraine among high technology goods is the products of the cable industry, which belongs to the electrical field. Cabling and wiring products, equipment for metallurgy and other components have become key products of Ukrainian engineering and machine-building industry supplied to the European Union countries for the past decade.

2. Literature review, shortcomings and problem statement

There are numerous of native scientists who studied the competitiveness of enterprises in the cable industry, among them: R. Kostyrko, V. Kostyuchenko, T. Momot, N. Tertychnaya, V. Shevchuk etc. N. Gakhovich, M. Zavgorodnaya [1] considers a very topical problem of the directions of reducing risks and losses from the operation of the Association Agreement with the EU for engineering as a result of the implementation of normative acts on the introduction of technical regulations of the EU, and N. Kukharskaya [2] gives the macroeconomic impact of the action of the Deep and Comprehensive Free Trade Areas (DCFTA), which is envisaged in accordance with section IV of the Association Agreement between Ukraine and the EU countries. D. Zakharova [3] analyzes the problems of the machine-building industry and suggests ways to improve competitiveness and improve the condition of enterprises in the machine-building industry.

The purpose of the article is to determine the current state of cable market and to detect the prospects of developing export activity of Ukrainian enterprises to EU.

3. The main material research

Generally European market is not the easiest one to enter for Ukrainian enterprises mostly because of the numerous certificates and other requirements. For example, the recent update – from 1 July 2017 all cables used for construction works (e.g. buildings, roads, and bridges) in the EU must be clearly CE marked [4]. Only cables with CE mark are allowed into the EU market. This is further specified in the CPR – the Construction Products Regulation (EU 305/2011) [5]. So if Ukrainian enterprises are importing cables to the EU, they must:

– ensure the cables carry a visible CE mark;
– ensure the cables have a correctly filled in DoC (Declaration of Performance) for reactance to fire and release of dangerous substances. The DoC should be filled in by the manufacturer.

One important change is that the manufacturers' in-house tests are no longer a sufficient basis for CE marking. Final testing must now be done by or under the supervision of accredited labs.

Another obstacle for Ukrainian companies to enter the European market is really high competition. On the fig. 1 you can see key cable makers in the EU-28 in 2017.

But nevertheless Ukrainian export to EU is increasing. A feature of the export of engineering products to the EU is that it is based on components, not the final product. The key drivers of the growth of domestic exports to the European Union is the growth of automobile and telecommunications sectors in the EU. So more than 50% is accounted for by cable products for cars, telephones and other electrical appliances. And in the future the situation will be quite positive for Ukrainian companies.

In 2017 Ukraine has increased the export of wires and cables – these products account for about 3% of all exports, with most of it being supplied to the EU.

From the very beginning of the free trade zone, exports of insulated wires and cables began to grow significantly. In 2016 the growth was by 7,5%, and already in the first half of 2017 – by 16,3% [7].

Market leaders of cable products in Ukraine are PJSC "Odeskabel" (the largest producer of copper and fiber optic cables) and Kharkov's PJSC "Yuzhcable" (the largest producer of aluminum cables and wires). The major cable plants have a slightly different specialization. But now, for the sake of reducing the cost of production, they are forcibly increasing production volumes. Therefore, large enterprises tend to directly reach the ultimate corporate buyer, competing with each other, as well as with large and small wholesale traders, and enter foreign markets.

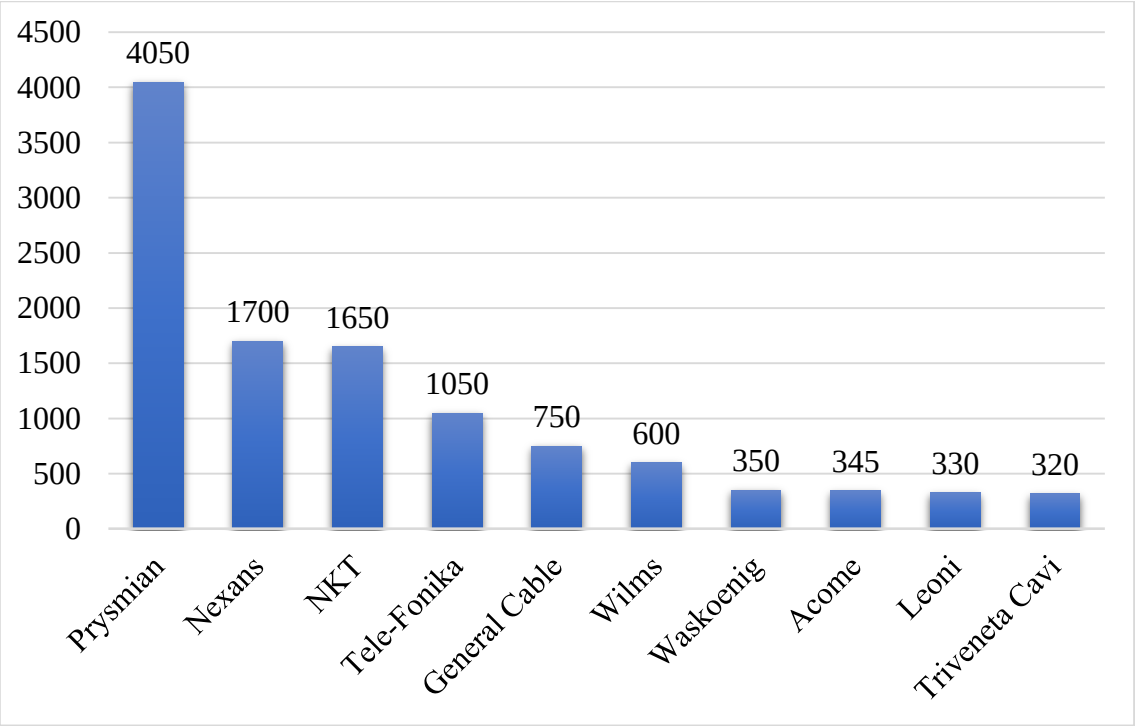


Fig. 1. Top cable companies with the biggest production shares, US$ million
Source: compiled by the author [6]

Analysis of the main components of enterprise activity for SNW-analysis shows that such sphere as the "Organization of General Management" in PJSC "Odeskabel" is quite ineffective. At the enterprise, there is insufficiently organized organizational structure, which provides interaction of various structural divisions, but not at the best level, because of undeveloped system of tracking and information exchange, which is essential at this enterprise. At the enterprise, there is a clear division of rights and duties of the staff, which has a positive impact on the work coordination of employees. The organizational climate of the society is favorable and highly stable, and there is also a high organizational culture. Among the consumers of the production, as well as partners, PJSC "Odeskabel" has a positive image.

The "Production" sphere is one of the strongest at the enterprise. The business card of the factory today is modern equipment, the technology is constantly being improved, and the professionalism of the specialists is confirmed.

During the years of the factory`s operation, was carried out an intensive modernization of production, which had a positive effect on the return on use of equipment. The material base have been improved, the level of automation of production capacities, their flexibility and adaptability to changes has increased.

PJSC "Odeskabel" is a leader in the production of FOC and LAN-cable in Ukraine. In the capacity of production and quality of telephone and fiber-optic cable, the factory takes a leading position in the markets of the CIS countries. The high quality of the company's products is confirmed by tests in the international specialized laboratories, as well as the implementation within management system of the international standards of quality, although it needs to be updated.

The "Marketing" sphere at the enterprise is still underdeveloped. The "Odeskabel" trademark has been known to consumers for more than half a century, primarily because it is related to the telecommunication systems. Among the methods of distribution and stimulation of PJSC "Odeskabel" pays special attention to the exhibition activities. Today PJSC "Odeskabel" is confidently working on the domestic market of Ukraine and is increasingly announcing its products on the international market.

In the "Finance and Accounting" sphere there are both strengths and weaknesses. The overall financial position of OJSC "Odeskabel" is characterized by low stability at the end of 2017. The reason for this – is the unstable economic and political situation in the country. More than half of the current assets of PJSC "Odeskabel" is its accounts receivable. The growth of inflation rates reduces the purchasing power of cash, it is beneficial to debtors and it is a great damage to the company. However, in spite of low financing rates stability through significant investments, the company achieved rather high capital turnover and business activity. Having settled up with its obligations in the near future, the solvency of the factory will increase. However, at this stage in the period of reconstruction and modernization of the enterprise and the impact of the economic crisis, there is a lack of free funds. There is implemented an effective accounting system, at the enterprise.

The "R & D" sphere of PJSC "Odeskabel" is well developed. Today, the factory on the crest of modern technologies, this gives it the importance of successfully working with numerous domestic and foreign customers, supplying their products to public and private companies in the near and far abroad.

The company has implemented an effective system of staff recruitment and its training, but the motivation system requires some improvements, as in some departments, the managers of the company do not have obviously expressed ability to direct the staff. The disadvantage for a foreign trade of an enterprise is a language barrier for the top managers. Staff turnover is insignificant, which has a positive effect on the stability in this sphere.

Every year PJSC "Odeskabel" demonstrates the best indicators. So, there is an increase in sales of products from 648 million UAH to 1500000000, as well as the growth of exports up to 2017 from 135 million UAH to 484 mil. (Fig. 2).

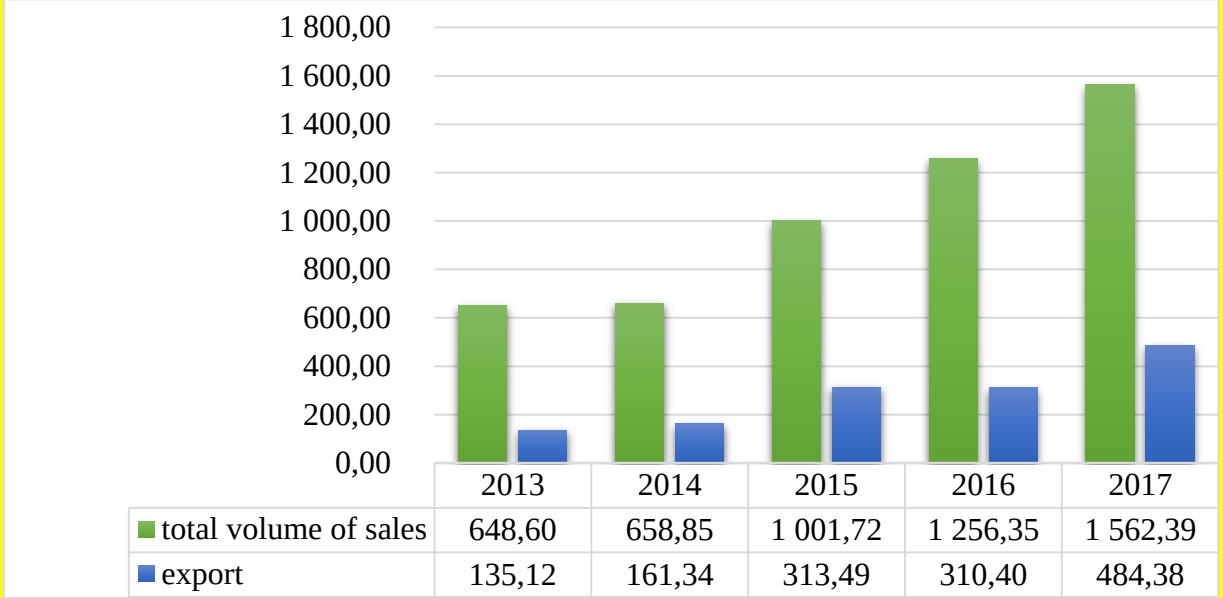


Fig. 2. The dynamics of total sales and exports of PJSC "Odeskabel" production for 2013–2017, million UAH

Source: compiled by the author [8]

It also should be noted that the share of exports in total sales is increasing. In 2013, the share of exports was 21%, in 2014 – 24%, in 2015 – already 31%, in 2016 the share of exports decreased up to 25%, but in 2017 it again increased up to 31%.

PJSC "Odeskabel" exports about 25% of its products both to CIS countries and to European countries (France, Germany, Poland, Slovenia and Bulgaria). The company plans to expand the range of sales in Europe and strengthen its position in Africa. The company also plans to conquer new markets and increase exports to EU countries.

Let's have a look at fig. 3, where you can see the volume of sales of PJSK "Odeskabel". PJSK "Odeskabel" exports quite a large number of cable products to Europe, but only 2% is exported directly to the EU.

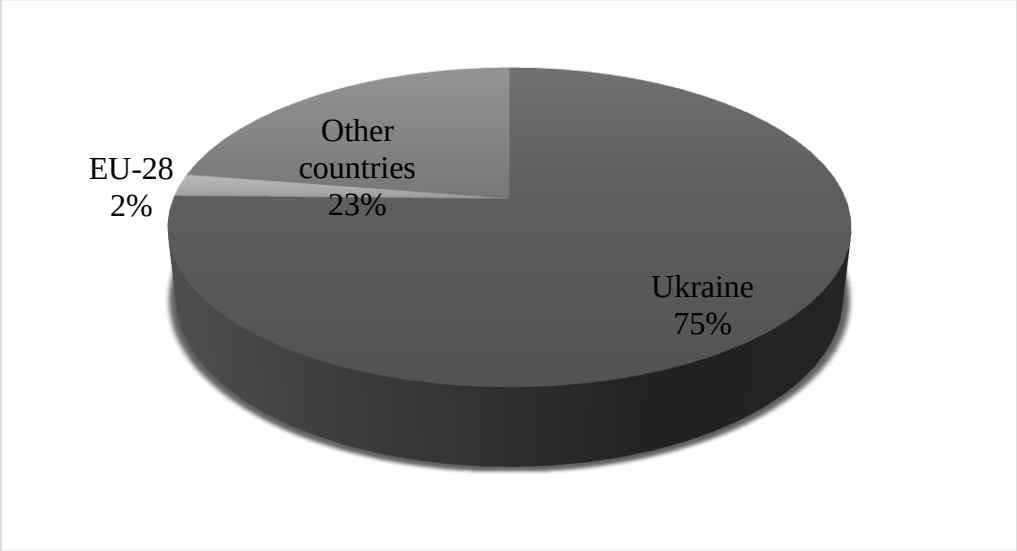


Fig. 3. The share of PJSK "Odeskabel" sales in the EU and other countries in 2016, %
Source: compiled by the author [8]

The largest share of sold products abroad are LAN-cables and fiber-optic cables. The demand for these cables is growing with the development of telecommunications.

The sales volumes of cable and wire products are expected to grow by 7–10% per year in the near future. The main and most solvent part of cable buyers are construction and installation organizations, mostly small and medium-sized, as well as government institutions.

Among the new trends in the world cable technology, attention should be paid to the creation and production of cable products for high-speed transport and new types of cars.

The market of cables and wires for rail transport is quite large too. At the same time, the length of the railways increases, and the prospects for the development of the market in this area looks attractive. And growth in Europe is projected to increase by 2 times, and in other countries of the world by 4–5 times.

We calculate the economic effect of exports, using the formula (1), for the period from 2013 to 2016, in order to track the dynamics of the development of international trade.

The economic effect of export

$$E_e = H_e - B_e \quad (1)$$

where, H_e – export earnings in hrivna, which are calculated by transferring of foreign exchange earnings in hryvnias according to the NBU rate at the day of inflow of foreign exchange earnings, UAH;

B_e – the total costs of the enterprise for export, UAH.

According to the economic content the indicator of effect corresponds to the concept of profit.

Ee2013 = 135123,852 – 122613,745 = 12510,107 (th. hrn.)
Ee2014 = 161340,431 – 185807,620 = -24467,189 (th. hrn.)
Ee2015 = 313489,587 – 345148,870 = -31659,283 (th. hrn.)
Ee2016 = 310396,086 – 308462,179 = 1933,907 (th. hrn.)
Ee2017 = 484376,990 – 497453,081 = -13076,090 (th. hrn)

The results show that in 2017, the company inefficiently performed its foreign economic activity, cause the efficiency indicator is less than one, and therefore the sale of goods on the foreign market was less profitable compared to domestic sales, unlike last year, when the indicator was more for a unit. Obviously, 2014 was the worst year during the reporting period. As it is seen, despite the fact that the export effect and efficiency in 2015 were negative and even less than 2017.

4. Conclusions

Thus, it should be noted that during the analyzed period the enterprise of PJSC "Odeskabel" received positive results from the economic activity. Having analyzed the effectiveness of exports, it can be seen that although the indicator of economic efficiency of exports for an enterprise is generally lower than the efficiency of domestic sales, this does not mean that it is expedient to reorient the company completely to the domestic market in order to achieve the maximum possible profits. The results show that in 2017, the company inefficiently performed its foreign economic activity, cause the efficiency indicator is less than one, and therefore the sale of goods on the foreign market was less profitable compared to domestic sales, unlike last year, when the indicator was more for a unit.

Political and economic factors of the macroeconomic environment have the greatest impact on the company, and the main risks in the activity of PJSC "Odeskabel" are political instability in Ukraine, a sharp change in exchange rates and devaluation of the national currency, the crisis in the economy of Ukraine, EU countries and the world, the strengthening of cable requirements – conductor products and changes to European quality standards.

Despite the association with the EU, for the majority of domestic machine-building enterprises this market is still closed. The main obstacles to access to the EU market are high competition and a complex and costly product certification procedure.

At this stage, the potential of Deep and Comprehensive Free Trade Areas between Ukraine and the EU is not fully used, since non-tariff barriers are hindering exports. Therefore, further priority of the government's activities is the continuation of reforms to increase the access of Ukrainian goods to the EU market.

References

1. Hakhovych, N., Zavhorodnia, M. (2015). *Directions of risks reduction of FTA with EU for machine-building industry* [Napriamy znyzhennia ryzykiv ZVT z ES dlia mashynobuduvannia], Ekonomist, available at: http://ua-ekonomist.com/10766-napryami-znizhennya-rizikv-zvt-z-yesdlya-mashinobuduvannya.html [in Ukrainian]
2. Kukharskaya, N. A. (2016). *Free Trade Zone Ukraine-EU: prospects and risks of implementation* [Zona svobodnoy torgovli Ukraina – ES: perspektivy i riski implementatsii], Aktualni problemy ekonomiky, No. 3, s. 39–47 [in Russian]
3. Zakharova, D. S. (2011). *Competitiveness of machine-building industry domestic enterprises on the world market* [Konkurentospromozhnist vitchyznianykh pidpryiemstv haluzi mashynobuduvannia na svitovomu rynku], Ekonomika i menedzhment: perspektyvy intehratsii i innovatsiinoho rozvytku, available at: http://www.confcontact.com/2016-ekonomika-imenedzhment/zaharova.html [in Ukrainian]
4. Lars Lindskov Pedersen (2017). *Cables for the EU must be CE marked*, available at: https://certification.madebydelta.com/cpr/cables-eu-must-ce-marked.
5. *European Commission:* website, available at: http://ec.europa.eu/growth/sectors/construction/product-regulation.
6. Plunkett, W. (2017). *Latest market developments in the European cable industry*, Integer Research Ltd., pp. 8–12.
7. *Ministry of Finance of Ukraine:* website [Ofitsiinyi sait Ministerstva Finansiv Ukrainy], available at: https://minfin.com.ua/2017/12/27/31636866 [in Ukrainian]
8. *PJSC «Odeskabel»:* website [Ofitsialnyy sayt PAT «Odeskabel»], available at: http://odeskabel.com/main-rus/about-company.html [in Russian]

Received: 06.08.2018. Accepted: 21.08.2018.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК: 338.48:334.758 (477.74)

Олена Леонідівна МИХАЙЛЮК
кандидат економічних наук, доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, Одеський національний економічний університет, Україна, e-mail: elen.mih.555@gmail.com, ORCID ID: http://orcid.org/0000-0003-4857-4129

Ірина Володимирівна ДАВИДЕНКО
кандидат економічних наук, доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу Одеський національний економічний університет, Україна, e-mail: davudenko.ivfme@gmail.com, ORCID ID: http://orcid.org/0000-0003-3574-1696

МЕХАНІЗМИ І ПЕРСПЕКТИВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ В ОДЕСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Михайлюк, О. Л., Давиденко, І. В. Механізми і перспективи функціонування туристичних кластерів в Одеській області // 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. № 3 (67). С. 44–52.

Анотація. *У статті визначено роль процесу кластеризації як інноваційної форми комплексного розвитку туристичної сфери. Проаналізовано стан нормативно-правової бази у сфері туризму та розвитку процесу кластеризації в Україні. Ідея створення туристичних кластерів полягає у взаємній координації роботи, коли різні за функціональними характеристиками суб'єкти реалізують спільну мету, тим самим підвищуючи ефективність роботи, прискорюючи досягнення запланованих результатів, впроваджуючи нові технології, сприяючи в отриманні позик, започатковуючи конкурентні засади у розподілі контрактів, формуючи оптимальну структуру виробництва продукції, визначаючи пріоритети напрямів розвитку. Для України процес кластеризації є одним зі шляхів розвитку економіки. Створення туристичних кластерів здатне нейтралізувати недосконалість державної політики підтримки малого й середнього бізнесу. Підприємства туристичного бізнесу, об'єднавшись у туристичний кластер в межах регіону, отримують можливість ефективніше відстоювати свої інтереси на рівні місцевих органів влади, а також брати участь у великих інвестиційних програмах. Механізм формування туристичних кластерів традиційно містить дві складові: з одного боку, це створення ініціативної групи задля формування кластера, до якої мають входити як представники ключових підприємств потенційного туристичного кластера, так і фахівці, що мають досвід впровадження кластерної моделі в інших регіонах чи галузях (наприклад, спеціалісти агенцій регіонального розвитку, експерти різноманітних програм та ініціатив); з іншого, – необхідною умовою є офіційне визнання та реєстрація кластера органами державної та місцевої влади. Досліджено особливості створення туристичних кластерів різних типів в Україні. Оцінено рівень розвитку туристичного бізнесу в Одеській області, проаналізовано існуючі і перспективні кластери у туристичній сфері. Запропоновано напрямки удосконалення туристичної діяльності в регіоні за рахунок врахування процесу кластеризації.*

Ключові слова: *види туризму; туристична політика; туристичний бізнес; туристична діяльність; кластери; Одеська область.*

Елена Леонидовна МИХАЙЛЮК
кандидат экономических наук, доцент кафедры туристического и гостинично-ресторанного бизнеса, Одесский национальный экономический университет, Украина, e-mail: elen.mih.555@gmail.com, ORCID ID: http://orcid.org/0000-0003-4857-4129

Ирина Владимировна ДАВЫДЕНКО
кандидат экономических наук, доцент кафедры туристического и гостинично-ресторанного бизнеса, Одесский национальный экономический университет, Украина, e-mail: davudenko.ivfme@gmail.com, ORCID ID: http://orcid.org/0000-0003-3574-1696

МЕХАНИЗМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ КЛАСТЕРОВ В ОДЕССКОЙ ОБЛАСТИ

Михайлюк, Е. Л., Давиденко, И. В. Механизмы и перспективы функционирования туристических кластеров в Одесской области // 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. № 3 (67). С. 44–52.

© МИХАЙЛЮК О.Л., ДАВИДЕНКО І.В., 2018

Аннотация. *В статье определена роль процесса кластеризации как инновационной формы комплексного развития туристической сферы. Проанализировано состояние нормативно-правовой базы в сфере туризма и развития процесса кластеризации в Украине. Идея создания туристических кластеров заключается во взаимной координации деятельности, когда различные по функциональным характеристикам субъекты реализуют общую цель, тем самым повышая эффективность работы, ускоряя достижение запланированных результатов, внедряя новые технологии, способствуя получению кредитов, учреждая конкурентные основы в распределении контрактов, формируя оптимальную структуру производства продукции, определяя приоритеты направлений развития. Для Украины процесс кластеризации является одним из путей развития экономики. Создание туристических кластеров способно нейтрализовать несовершенство государственной политики поддержки малого и среднего бизнеса. Предприятия туристического бизнеса, объединившись в туристический кластер в пределах региона, получают возможность более эффективно отстаивать свои интересы на уровне местных органов власти, а также участвовать в крупных инвестиционных программах. Механизм формирования туристических кластеров традиционно включает две составляющие: с одной стороны, это создание инициативной группы по формированию кластера, в которую должны входить как представители ключевых предприятий потенциального туристического кластера, так и специалисты, имеющие опыт внедрения кластерной модели в других регионах или отраслях (например, специалисты агентств регионального развития, эксперты различных программ и инициатив), с другой, – необходимым условием является официальное признание и регистрация кластера органами государственной и местной власти. Исследованы особенности создания туристических кластеров различных типов в Украине. Оценен уровень развития туристического бизнеса в Одесской области, проанализированы существующие и перспективные кластеры в туристической сфере. Предложены направления совершенствования туристической деятельности в регионе за счет процесса кластеризации.*

Ключевые слова: *виды туризма; туристическая политика; туристический бизнес; туристическая деятельность; кластеры; Одесская область.*

Olena MYKHAILIUK

PhD in Economics, Associate Professor of Tourism and Hotel and Restaurant Business Department,
Odessa National Economic University, Ukraine, e-mail: elen.mih.555@gmail.com,
ORCID ID: http://orcid.org/0000-0003-4857-4129

Iryna DAVYDENKO

PhD in Economics, Associate Professor of Tourism and Hotel and Restaurant Business Department,
Odessa National Economic University, Ukraine, e-mail: davudenko.ivfme@gmail.com,
ORCID ID: http://orcid.org/0000-0003-3574-1696

MECHANISMS AND PERSPECTIVES OF TOURIST CLUSTERS FUNCTIONING IN ODESSA REGION

Mykhailiuk, O., Davydenko, I. (2018). Mechanisms and perspectives of tourist clusters functioning in Odessa region. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Mekhanizmy i perspektyvy funktsionuvannia turystychnykh klasteriv v Odeskii oblasti; za red.: M. I. Zvieriakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; Vìsnik socìal'no-ekonomìčnih doslìdžen' (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 3 (67), pp. 44–52.

Abstract. *The article defines the role of the clustering process as an innovative form of integrated development of the tourist sphere. The state of the regulatory framework in the tourist sphere and clusterization process development in Ukraine is analyzed. The idea of tourist clusters creating lies in the mutual coordination of activities, when the different in functional characteristics subjects implement a common goal, thereby increasing work efficiency, accelerating the achievement of planned results, introducing new technologies, facilitating of the loans obtaining, establishing a competitive bases in the contracts distribution, forming the optimal structure of products production, determining the priorities of directions development. For Ukraine, clustering process is one of ways economy development. The tourism clusters creation is able to neutralize of the state policy imperfection of small and medium-sized businesses supporting. Tourist enterprises, united in the tourism cluster within the region, have opportunity to more effectively defend their interests at the local authorities level, and also participate in large investment programs. The tourism clusters formation mechanism traditionally includes two components: on the one hand, this is an initiative group the creation for the cluster formation, which should include both representatives of key enterprises of a potential tourist cluster and also specialists with experience in implementing the cluster model in other regions or industries (for example, experts from regional development agencies, experts from various programs and initiatives), on the other hand, a necessary condition is the cluster official recognition and registration by state and local authorities. The features creating of the different types of tourist clusters in Ukraine are investigated. The level of tourist business development in the Odessa region is assessed, existing and perspective clusters in the tourism sphere are analyzed. The directions of tourist activity improvement in region due to the clusterization process are offered.*

Keywords: *types of tourism; tourism policy; tourist business; tourist activities; clusters; Odessa region.*

JEL classification: *A120; D190; Z300*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сфера туризму та курортів стає однією з основних галузей, що впливає на загальний стан і тенденції світової економіки. Оскільки зазначена сфера пов'язана з діяльністю більш як 50 галузей, її розвиток сприяє підвищенню рівня зайнятості, диверсифікації національної економіки, збереженню і розвитку культурного потенціалу, збереженню екологічно безпечного навколишнього природного середовища, а також підвищує рівень інноваційності національної економіки, сприяє гармонізації відносин між різними країнами і народами. Окрім того, туризм є одним із засобів реалізації зовнішньої політики держави.

Україна розташована у центрі Європи та має усі умови для належного розвитку економіки за рахунок туризму, проте суттєво відстає від провідних держав світу за рівнем розвитку туристичної інфраструктури та якості туристичних послуг. Для більш ефективного просування туристичних послуг у комплексі створюються різні види кластерів, у тому числі й туристичних.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. За останні роки в Україні здійснювалися спроби щодо створення законодавчої бази у сфері процесу кластеризації [1–6], а також у Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [7] згадується це поняття. Концепція кластерної політики як вид інноваційної діяльності розроблена в країнах Європи. О. Терсіна [8] взагалі вважає, що наразі в Україні проходить кластерна революція – будь-яка громада прагне створити туристичний кластер, часто не зовсім розуміючи, про що саме йдеться. Тому завданням статті є визначення наукових і методичних засад утворення кластерів і туристичних у тому числі.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Дослідження кластерної політики різних країн свідчить про те, що у 85% досліджуваних країн є національні кластерні стратегії або програми. Країни, які активно розроблюють та здійснюють такі кластерні стратегії – Німеччина, Фінляндія, Данія, Нідерланди, Франція, Італія. У рамках ЄС кластерна політика, зазвичай, реалізується як складова частина інноваційної, промислової або регіональної політики. В Україні питаннями розвитку кластерів, взагалі туристичних, зокрема стали займатися останні десять років, щодо наукових розробок по Одеській області, то їх поки що одиниці.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження досвіду процесу кластеризації у туристичній сфері України для його впровадження на регіональному рівні – в Одеській області. При цьому повинні бути опрацьовані механізми процесу кластеризації: економічні, організаційні, нормативно-правові, екологічні. Потрібна розробка регіональної програми розвитку туристичних кластерів у регіоні та підтримка їх діяльності як на місцевому, так і національному рівнях.

Виклад основного матеріалу дослідження. Визначення «cluster» означає англійською: гроно, букет, щітка, або як група, скупчення, зосередження (наприклад, людей, предметів), або як бджолиний рій, буквально – «зростати разом». Кластер – це також, математичний вислів, що позначає фізично близьке розташування логічно пов'язаних об'єктів у межах однієї сфери.

Позитивним ефектом розвитку кластерів як форми регулювання економічних відносин є: поліпшення зв'язків між державними і громадськими організаціями; створення нового бізнесу у вільних сегментах ринку; об'єднання спільних інтересів різних соціальних груп; підвищення впливовості некомерційних організацій у процесі регіонального розвитку; створення механізму міжрегіональної взаємодії, який має забезпечити умови стабільного та ефективного функціонування туристичного бізнесу країни.

Об'єднання зусиль учасників кластера, включаючи спільне фінансування, дозволяє за рахунок досягнення ефекту економії від масштабу, знизити питомі витрати і підвищити результативність реалізованих проектів.

Основними напрямками їх реалізації є:

- спільне фінансування маркетингових досліджень;
- спільна реалізація рекламних кампаній та заходів щодо зв'язків з громадськістю;
- реєстрація і просування колективних товарних марок, продукції, що випускається учасниками кластеру;
- просування позитивного бренду кластера: репутація, набір очікувань та асоціацій, а також підвищення сприйняття престижності та якості послуг, що реалізуються організаціями, які входять до кластеру.

Кластерний підхід надає органам влади інструментарій ефективної взаємодії з бізнесом, сприяє більш глибокому розумінню його характерних особливостей і тактичних завдань, дає можливість цілеспрямованого і мотивованого стратегічного планування ресурсів регіону, розвитку територій та підвищення конкурентоспроможності економіки.

Основна ідея створення туристичних кластерів полягає у взаємній координації роботи, коли різні за функціональними характеристиками суб'єкти реалізують спільну мету, тим самим підвищуючи ефективність роботи, прискорюючи досягнення запланованих результатів, впроваджуючи нові технології, сприяючи в отриманні позик, започатковуючи конкурентні засади у розподілі контрактів, формуючи оптимальну структуру виробництва продукції, визначаючи пріоритети напрямів розвитку.

В Україні загалом сформовано законодавство, яким визначено організаційно-правові форми об'єднань підприємств та наявні передумови для формування нових виробничих систем (кластерів) у різних сферах господарської діяльності, однак не сформульовано поняття «кластера», не визначено його види та заходи щодо створення кластерів в Україні [5].

Концепції Кабінету Міністрів України щодо Загальнодержавної програми розвитку малого і середнього підприємництва на 2014–2024 рр. (розпорядження № 641-р від 28.08.2013 р.), Загальнодержавної цільової економічної програми розвитку промисловості на період до 2020 р. (розпорядження № 603-р від 17.07.2013 р.), щодо реформування державної політики в інноваційній сфері (розпорядження № 691-р від 10.09.2012 р.) передбачають розроблення та виконання програм інтеграції суб'єктів малого і середнього підприємництва у національні та міжнародні інноваційні й технологічні кластери; визначення на законодавчому рівні поняття «кластеризація» та порядку фінансування кластерів; створення науково-інноваційно-виробничих кластерів у високотехнологічних галузях; спрощення процедур утворення інноваційних кластерів.

Проект Закону України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» № 1256 від 04.12.2014 р. передбачав визначення понять «кластер», «кластеризація суб'єктів малого і середнього підприємництва», «кластерна стратегія». Відповідно до цього законопроекту кластер – це галузеве або міжгалузеве, територіальне добровільне об'єднання суб'єктів підприємницької діяльності, які тісно співпрацюють з науковими (освітніми) установами, громадськими об'єднаннями, органами місцевого самоврядування і місцевими органами виконавчої влади, з метою підвищення конкурентоздатності власної продукції та сприяння економічному розвитку регіону [3]. Однак, пройшовши перше читання у 2015 році, цей законопроект так і не було розглянуто у другому читанні, а відповідно, не було й прийнято.

Статті 120 та 127 «Господарського кодексу України» [6] передбачають різні організаційно-правові форми об'єднань підприємств, а саме: асоціації, корпорації, консорціуми, концерни, інші об'єднання підприємств, передбачені законом (союзи, спілки, асоціації підприємців тощо). Якщо порівнювати ці форми об'єднань підприємств з такою формою об'єднання як кластер, то можна зробити висновок, що кластер може існувати в одній із таких організаційно-правових форм або бути окремою формою об'єднання підприємств.

Також відмітимо «Стратегію розвитку морських портів України на період до 2038 р.», затверджену розпорядженням Кабінету Міністрів України № 548-р від 11.07.2013 р., де одним із завдань вказано створення мережі кластерів у морських портах шляхом залучення

приватних інвестицій [2]. Не зважаючи на все це, питання щодо визначення поняття «кластер», видів кластерів, порядку створення та державної реєстрації кластерів залишаються в українському законодавстві неврегульованими.

Держава в особі Кабінету Міністрів України підтримує розвиток кластерів шляхом затвердження концепцій і стратегій, де передбачено створення науково-інноваційно-виробничих, технологічних та інноваційних кластерів [8].

Кластери створюються залежно від мети:

– за територіальним принципом – коли потрібно розвивати туристичний потенціал певної території (Одеський туристичний кластер, туристичний кластер м. Вілкове, Карпатський туристичний кластер);
– формуються на певний час для вирішення певної задачі (ситуаційні кластери): проведення виставки, фестивалю (Юморина в Одесі, фестиваль вина у Закарпатті), конференції, спортивних змагань (Олімпійські ігри), конгресу, свята (конкурс Євробачення, карнавал у Бразилії), ярмарки (Сорочинський ярмарок, Oktoberfest) тощо;
– формуються на основі окремих видів туризму – за виробничим принципом (кластер сільського туризму, кластер винного туризму, кластер медичного туризму тощо);
– утворюються навколо основного виду діяльності, який є генератором розвитку території або галузі (туристичний кластер, морегосподарський кластер, рекреаційно-туристичний кластер, виноградарсько-виноробний кластер тощо).

Для України кластеризація є одним із шляхів розбудови економіки та підтримки її на належному рівні у системі світових господарських відносин. Отже, проблема полягає у тому, щоб шляхом структурної перебудови виробництва забезпечити координацію діяльності усіх ланок технологічного ланцюга і залучити значні фінансові ресурси з метою підвищення конкурентоспроможності регіонів та держави, а також активізувати внутрішні та іноземні інвестиції, створити нові підприємства, сприяти інноваційному розвитку.

Створення кластерів сприятиме росту продуктивності та інноваційної активності підприємств, а також підвищенню інтенсивності розвитку малого і середнього підприємництва, активізації залучення інвестицій, забезпеченню прискореного соціально-економічного розвитку регіонів, розміщення кластерів, що у кінцевому результаті дозволить збільшити кількість робочих місць, заробітну плату та надходження до бюджетів усіх рівнів, підвищити конкурентоспроможність економіки регіонів [4].

У 2017 році Одеську область відвідало 5,7 млн. туристів. У 2018 році очікується 6,3 млн. осіб. Популярність набувають гастрономічний та екотуризм. Окремим напрямком є лікувально-оздоровчий туризм. Питома вага туристичного збору по Одеській області у 2017 році склала 26% загального збору по Україні, досягнувши 9,3 млн. грн. У структурі туризму в Одеській області переважає внутрішній туризм. Найбільше туристів приїжджає з Києва і Львова, тоді як зовнішній туризм представлений гостями з Молдови, Румунії, Білорусі, Ізраїлю, Туреччини, Німеччини, Грузії та Філіппін.

У туризмі, як і в інших секторах економіки, спостерігається стійка тенденція до створення концернів, картелів, угод і союзів туристичних підприємств. У туристичні концерни з єдиним керівництвом об’єднуються численні туристичні підприємства, які зберігають організаційно-правову самостійність. Зазвичай, керуючий орган концерну має форму холдингу – товариства з відповідною часткою участі. Ці структури виникають у результаті згоди партнерів по концерну, які для досягнення загальної мети – спільного управління концерном – інвестують свої капітали і створюють організаційно і юридично самостійний орган керівництва.

Угоди типу «пул» означають об’єднання туристичних підприємств різних галузей із громадськими партнерами, наприклад з органами місцевого або господарського самоуправління, в організацію, яка має публічний характер. Учасники подібної угоди на однакових умовах зобов’язані зробити свої внески в організацію заходів – предметів цієї угоди – з тим, щоб мати чітко визначену частку для покриття витрат або отримання прибутку. Домовленості між партнерами за угодою типу «пул» укладаються при організації

особливо капіталомістких, а через це складних для індивідуального здійснення заходів (приклад – будівництво нової злітної смуги в аеропорту Одеси), а також акцій із сфери лобіювання, успіх яких залежить від солідарності туристичного бізнес-товариства. Підприємства укладають між собою договір про розподіл витрат на їх проведення та про колективну відповідальність за результати.

Як приклад можна навести такі заходи, охоплені угодами аналогічного типу:

– проведення довгострокових і витратних наукових досліджень технологій або ринків;
– створення капіталомістких компонентів інфраструктури туризму, що вимагають значних інвестицій (ведення розкопок, реставрація пам'яток культури та археологічних пам'яток);
– створення певних туристичних кластерів;
– впровадження новітніх і капіталомістких інформаційних технологій (електронні карти туристичних дестинацій країни або певного регіону, розробка маршрутів для аудіо гідів);
– лобіювання необхідних правових рішень (розробка та прийняття Верховою Радою нових законів «Про туризм», «Про сільський туризм», «Про кластери», «Про 4-км приморську смугу» тощо;
– капіталомісткі рекламні кампанії і компанії щодо просування, організації і проведення закордонних ярмарок, навчання за кордоном тощо (участь України у міжнародних туристичних виставках, створення рекламних роликів про туристичні принади України та їх демонстрація на телевізійних каналах у різних країнах світу).

У туристичній сфері Одеської області діє декілька форм кластеризації:

– територіальні кластери: туристичний кластер Одеси, агро-рекреаційно-туристичний кластер Фрумушика-Нова, туристичний кластер Одеської області тощо; у перспективі створення туристичного кластера м. Вілкове;
– функціональні туристичні кластери за видами туризму: кластер сільського (зеленого) туризму, кластер рекреаційного туризму, кластер винного туризму, ODESSACARD, кластер медичного туризму та інші;
– ситуаційні (подієві) туристичні кластери, які створюються під певну подію: фестиваль, конференцію, виставку, конгрес, свято тощо;
– галузеві кластери, пов'язані з туристичною діяльністю: Асоціація «Туризм Одеси», Українська туристична Асоціація, Одеська Асоціація Туристичних агенцій, Асоціація розвитку туризму «Велика Одеса», музеї Одеси тощо.

Прикладом може слугувати туристичний кластер міста Одеси (рис. 1), який сформувався самостійно та незважаючи на солідний перелік потенційних органів управління і координації, управляється виключно ринковими умовами. Його складові:

– органи управління і координації: Департамент культури та туризму Одеської міської ради, Асоціація розвитку туризму Одеського регіону «Велика Одеса»; КП «ТІЦ м. Одеси», Асоціація «Туризм Одеси», Одеська Асоціація туроператорів і агентств тощо;
– підприємства-виробники туристичних послуг (тур фірми, туроператори);
– підприємства та установи сфери дозвілля (кінотеатри, театри, виставкові комплекси тощо);
– колективні засоби розміщення (готелі, хостели, приватні садиби, кемпінги тощо);
– санаторно-курортні організації;
– підприємства, що надають послуги з харчування туристів (ресторани, бари, кафе, піцерії тощо);
– об'єкти туристичних відвідувань: музеї; історичні, культурні пам'ятки; природні ресурси;
– рекламно-інформаційні підприємства та установи;
– підприємства транспорту;
– навчальні заклади з підготовки фахівців (ОНЕУ, ОНАХТ, ОНУ тощо);
– інфраструктурні підприємства (водопостачання, енергопостачання, санстанція, вивіз сміття, медичне обслуговування тощо).

ISSN 2313-4569 Вісник соціально-економічних досліджень, № 3 (67), 2018

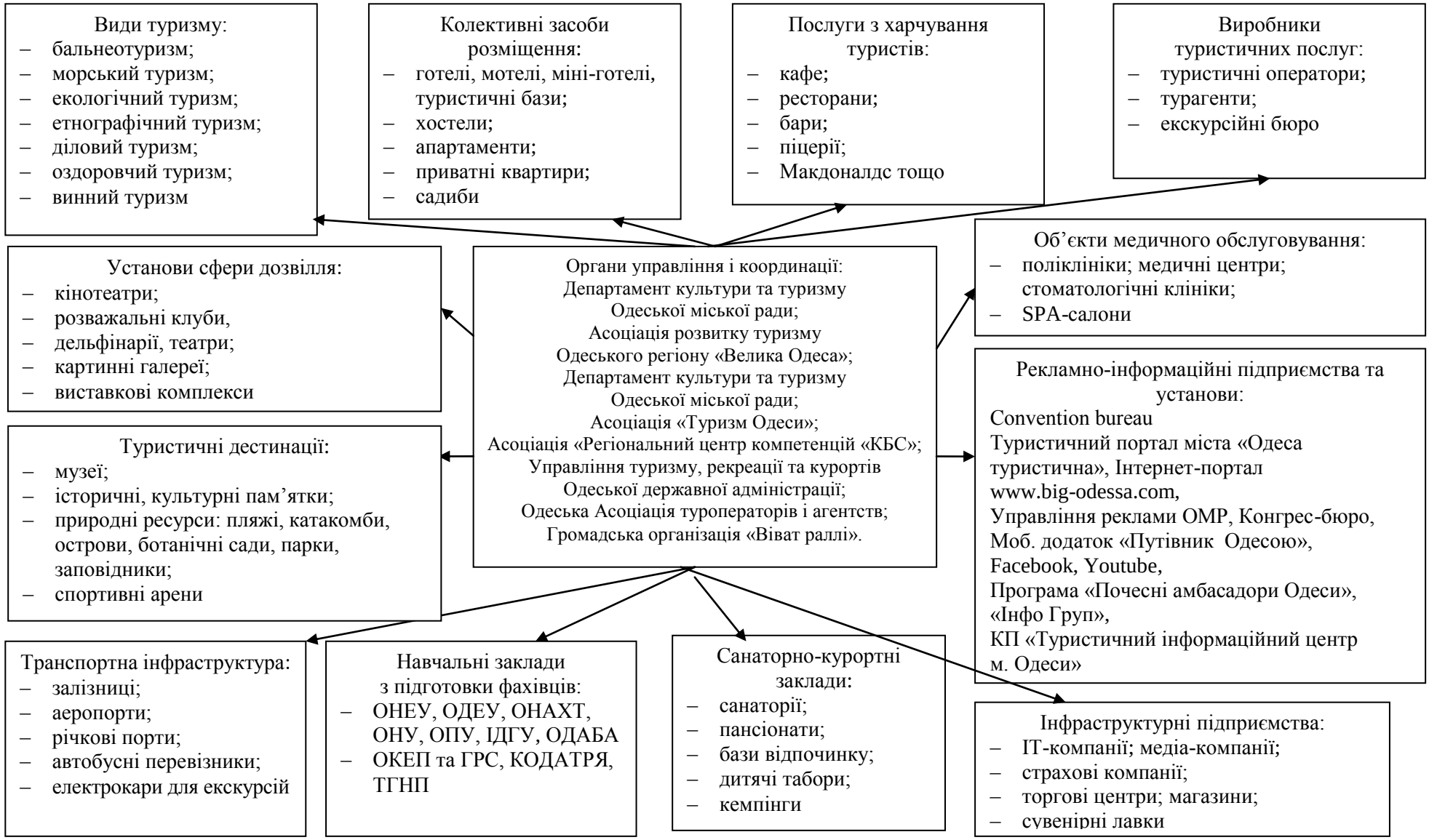


Рис. 1. Туристичний кластер м. Одеси (розроблено авторами)

Висновки і перспективи подальших розробок. Дослідження механізмів і перспектив функціонування туристичних кластерів як в Україні загалом, так і в Одеській області зокрема, дозволяє сформулювати такі висновки:

1. Об'єднання підприємств у формі кластера є вигідним та має багато переваг, але відсутність спеціального закону щодо кластерів не дає можливості повноцінно регулювати їхню діяльність.
2. В Україні створюються і функціонують багато кластерів, така ініціатива щодо їх створення виходить від самих суб'єктів господарювання, які об'єднуються у формальні або неформальні об'єднання з певною метою. Такі кластери створюються за концепцією «ініціатива знизу» та не мають ніяких додаткових пільг і гарантій. Одночасно набуває актуальності концепція кластеризації на державному рівні. І хоча досі не прийнята (але розроблений проект) Концепція створення кластерів в Україні, у низці державних програм розвитку окремих галузей та секторів економіки, а також у відповідних програмах розвитку регіонів, кластер визнається як дієвий ефективний механізм розвитку економіки та підвищення конкурентоспроможності певної галузі, регіону.
3. Створення об'єднання підприємств у формі кластера є сучасним напрямом регулювання туристичної діяльності в Україні та може створювати певні конкурентні переваги, але відсутність спеціальних нормативно-правових актів щодо діяльності кластерних об'єднань не дає можливості повноцінно регулювати їхню діяльність на даному етапі. Тому є актуальним оновлення нормативно-правової бази стосовно розвитку кластерів. Така нормативно-правова база включає закони Верховної Ради України, а також концепції та стратегії Кабінету Міністрів України.
4. Стадії практичної реалізації досягла лише відносно невелика частина проектів розвитку кластерів. При цьому:
   – не створені механізми методичної, інформаційно-консультаційної та освітньої підтримки розвитку кластерів;
   – відсутня необхідна координація діяльності органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, об'єднань підприємців щодо реалізації кластерної політики;
   – обмежений набір інструментів фінансової підтримки кластерних проектів із бюджетних джерел.
5. Експерти у сфері туризму запропонували низку рекомендацій, які можуть на порядок поліпшити відпочинок як для громадян країни, так і для іноземців. Зокрема, пропонується:
   – розробити програму «Все включено» у готелях на півдні України;
   – створити програму лояльності «Турист України» (подорожуючи, відвідуючи різні туристичні місця, українці зможуть накопичувати бали і отримувати різні знижки);
   – скасувати ПДВ для внутрішніх чартерних рейсів, наприклад, за маршрутами Львів-Одеса, Харків-Одеса.
6. Обласній державній адміністрації варто виявити існуючі кластерні утворення та акцентувати увагу на стимулюванні їх розвитку. Регіональну економічну політику варто розробляти, передусім, згідно з потребами кластерних утворень. При цьому базовою необхідною умовою кластеризації є створення сприятливого бізнес-середовища у регіоні, тоді як форми діяльності суб'єкти господарювання повинні обирати самостійно.

Для розв'язання проблеми щодо створення кластерів необхідно здійснити комплекс таких заходів:

– внесення змін до законодавства щодо визначення поняття «кластер»:
– проведення інформаційної компанії серед потенційних учасників та зацікавлених організацій щодо роз'яснення конкурентних переваг кластерів в умовах ринкової економіки;
– гармонізацію національних стандартів у сфері туризму та курортів з міжнародними стандартами, що сприятиме підвищенню якості національного туристичного продукту.

Література

1. *Про зайнятість населення* : Закон України № 5067-VI від 05.07.2012 р. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5067-17 (дата звернення: 08.08.2018).
2. *Про затвердження Стратегії розвитку морських портів України на період до 2038 року* : Розпорядження Кабінету Міністрів України № 548-р від 11.07.2013 р. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/548-2013-р (дата звернення: 08.08.2018).
3. *Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні :* Проект Закону № 1256 від 04.12.2014 р. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=52717 (дата звернення: 10.08.2018).
4. *Про схвалення Концепції створення кластерів в Україні* : Проект Розпорядження Кабінету Міністрів України, 2008 р. URL: http://www.ligazakon.ua/news_old/ga012109.html (дата звернення: 08.08.2018).
5. *Концепція створення кластерів в Україні* : Проект Закону. 2008. URL: http://www.ligazakon.ua/news_old/ga012109.html (дата звернення: 14.08.2018).
6. *Господарський кодекс України :* Кодекс, Закон України № 436-IV від 16.01.2003 р. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15 (дата звернення: 14.08.2018).
7. *Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року* : Розпорядження Кабінету Міністрів України № 168-р від 16.03.2017 р. URL: https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501 (дата звернення: 08.08.2018).
8. *Терсіна О. Кластерна революція в Україні* // Юридична Газета online, 04.10.2016 р. URL: http://yur-gazeta.com/publications/practice/civilne-pravo/klasterna-revolyuciya-v-ukrayini.html (дата звернення: 15.08.2018).

Rreferences

1. *On employment of population:* Law of Ukraine, No. 5067-VI, 05.07.2012 [Pro zainiatist naselennia: Zakon Ukrainy, No. 5067-VI, 05.07.2012], available at: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5067-17 [in Ukrainian]
2. *On approval of sea ports development strategy of Ukraine for the period until 2038:* Law of Ukraine, No. 548-p, 11.07.2013 [Pro zatverdzhennia Stratehii rozvytku morskykh portiv Ukrainy na period do 2038 roku: Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy, No. 548-p, 11.07.2013], available at: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/548-2013-p [in Ukrainian]
3. *On the development and state support of small and medium entrepreneurship in Ukraine:* The Draft Law of Ukraine, No. 1256, 04.12.2014 [Pro rozvytok ta derzhavnu pidtrymku maloho i serednoho pidpryiemnytstva v Ukraini: Proekt Zakonu Ukrainy, No. 1256, 04.12.2014], available at: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=52717 [in Ukrainian]
4. *On approval of the Concept of clusters creation in Ukraine:* The Draft Law of Ukraine, 2008 [Pro skhvalennia Kontseptsii stvorennia klasteriv v Ukraini: Proekt Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy, 2008], available at: http://www.ligazakon.ua/news_old/ga012109.html [in Ukrainian]
5. *The Concept of clusters creation in Ukraine:* The Draft Law of Ukraine, 2008 [Kontseptsiia stvorennia klasteriv v Ukraini: Proekt Zakonu Ukrainy, 2008], available at: http://www.ligazakon.ua/news_old/ga012109.html [in Ukrainian]
6. *The Economic Code of Ukraine:* Code, Law of Ukraine, No. 436-IV, 16.01.2003 [Hospodarskyi Kodeks Ukrainy: Kodeks, Zakon Ukrainy, No. 436-IV, 16.01.2003], available at: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15 [in Ukrainian]
7. *On approval of the Tourism Development and Resorts Strategy for the period until 2026:* Law of Ukraine, No. 168-p, 16.03.2017 [Pro skhvalennia Stratehii rozvytku turyzmu ta kurortiv na period do 2026 roku: Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy, No. 168-p, 16.03.2017], available at: https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501 [in Ukrainian]
8. Tersina, O. (2016). *The cluster revolution in Ukraine* [Klasterna revoliutsiia v Ukraini], Yurydychna hazeta, available at: http://yur-gazeta.com/publications/practice/civilne-pravo/klasterna-revolyuciya-v-ukrayini.html [in Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 06.09.2018. Прийнята до друку 17.09.2018.

УДК 338.488.2:640.4(477)

Ніна Іполитівна ХУМАРОВА
доктор економічних наук, головний науковий співробітник відділу економічного регулювання природокористування, Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, e-mail: khumarova@nas.gov.ua, ORCID ID: http://orcid.org/0000-0001-5255-8004

Олена Леонідівна МИХАЙЛЮК
кандидат економічних наук, доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, Одеський національний економічний університет, Україна, e-mail: elen.mih.555@gmail.com, ORCID ID: http://orcid.org/0000-0003-4857-4129

МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ УКРАЇНИ

Хумарова, Н. І., Михайлюк, О. Л. Маркетингова політика просування послуг у готельному бізнесі України // 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. № 3 (67). С. 53–61.

Анотація. *У статті досліджено світовий досвід у сфері просування готельного продукту. Проаналізовано готельну діяльність та динаміку надання готельних послуг в Україні. Узагальнено досвід національних та міжнародних готельних мереж у політиці просування, створенні нових готельних мереж та особливих готелів. Запропоновано впровадження кращого національного досвіду у політиці просування. Ця сфера економічної діяльності є перспективною для капіталовкладень, оскільки розвивається достатньо швидкими темпами, зумовлює високий рівень зайнятості у відповідних регіонах, створює матеріальну базу для розвитку туризму. Існує безліч маркетингових інструментів для підвищення конкурентоспроможності готельного бізнесу. Серед них: впровадження нових інформаційних технологій, нейромаркетингу, нових видів реклами, акційна політика, політика лояльності та інші. У сучасному світі готельна індустрія є сферою діяльності із постійно зростаючим рівнем конкуренції на ринку готельних послу, тому конкуренція є одним із стимулів для покращення роботи готелю та впровадження ним політики просування. Основними завданнями у сфері готельного бізнесу стають: створення конкурентних переваг і підвищення конкурентоспроможності, формування стабільної клієнтури через уміння знайти свого клієнта, пошук і створення нових шляхів розвитку, постійне оновлення власної політики просування з врахуванням динамічного ринку готельних послуг.*
В останні роки підприємства готельного господарства розвиваються в негативних умовах, зокрема, нестабільної економіко-політичної ситуації країни, що призводить до зниження туристичної та бізнес-активності, дефіциту фінансування, відсутності привабливих для будівництва готельних комплексів земельних ділянок, тривалої окупності таких проектів.

Ключові слова: *готельний бізнес; маркетинг; послуги; політика просування; екологічний ризик; політика лояльності; інноваційні технології.*

Нина Ипполитовна ХУМАРОВА
доктор экономических наук, главный научный сотрудник отдела экономического регулирования природопользования, Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины, e-mail: khumarova@nas.gov.ua, ORCID ID: http://orcid.org/0000-0001-5255-8004

Елена Леонидовна МИХАЙЛЮК
кандидат экономических наук, доцент кафедры туристического и гостинично-ресторанного бизнеса, Одесский национальный экономический университет, Украина, e-mail: elen.mih.555@gmail.com, ORCID ID: http://orcid.org/0000-0003-4857-4129

МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ В ГОСТИЧИНОМ БИЗНЕСЕ УКРАИНЫ

Хумарова, Н. И., Михайлюк, Е. Л., Маркетинговая политика продвижения услуг в гостиничном бизнесе 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. № 3 (67). С. 53–61.

© ХУМАРОВА Н.І., МИХАЙЛЮК О.Л., 2018

Аннотация. *В статье исследован мировой опыт в сфере продвижения гостиничного продукта. Проанализирована гостиничная деятельность и динамика предоставления гостиничных услуг в Украине. Обобщен опыт национальных и международных гостиничных сетей в политике продвижения, создании новых гостиничных сетей и особых гостиниц. Предложено внедрение лучшего национального опыта в политике продвижения. Эта отрасль экономической деятельности является перспективной сферой капиталовложений, поскольку развивается достаточно быстрыми темпами, повышает уровень занятости в отдельных регионах, создает материальную базу для развития туризма. Существует множество маркетинговых инструментов для повышения конкурентоспособности гостиничного бизнеса. Среди них: внедрение новых информационных технологий, нейромаркетинга, новых видов рекламы, акционная политика, политика лояльности и другие. В современном мире гостиничная индустрия является сферой деятельности с постоянно растущим уровнем конкуренции на рынке гостиничных услуг, поэтому конкуренция является одним из стимулов для улучшения работы отеля и внедрения им политики продвижения. Основными задачами в сфере гостиничного бизнеса являются: создание конкурентных преимуществ и повышение конкурентоспособности, формирование стабильной клиентуры посредством умения найти своего клиента, поиск и создание новых путей развития, постоянное обновление собственной политики продвижения с учетом динамичного рынка гостиничных услуг. В последние годы предприятия гостиничного хозяйства развиваются в негативных условиях, в частности, нестабильной экономико-политической ситуации в стране, что приводит к снижению туристической и бизнес-активности, дефициту финансирования, отсутствию привлекательных для строительства гостиничных комплексов земельных участков, длительной окупаемости таких проектов.*

Ключевые слова: *гостиничный бизнес; маркетинг; услуги; политика продвижения; экологический риск; политика лояльности; инновационные технологии.*

Nina KHUMAROVA

Doctor of Economics, Senior Researcher of Environmental Management Economic Regulation Department, Institute of Market Problems and Economic & Ecological Researches of NAS of Ukraine, e-mail: khumarova@nas.gov.ua, ORCID ID: http://orcid.org/0000-0001-5255-8004

Olena MYKHAILIUK

PhD in Economics, Associate Professor of Tourism and Hotel and Restaurant Business Department, Odessa National Economic University, Ukraine, e-mail: elen.mih.555@gmail.com, ORCID ID: http://orcid.org/0000-0003-4857-4129

MARKETING POLICY OF SERVICES PROMOTION IN THE HOTEL BUSINESS OF UKRAINE

Khumarova, N., Mykhailiuk, O. (2018). Marketing policy of services promotion in the hotel business of Ukraine. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Marketynhova polityka prosuvannia posluh u hotelnomu biznesi Ukrainy; za red.: M. I. Zvieriakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; Vìsnik socìal'no-ekonomìčnih doslìdžen' (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 3 (67), pp. 53–61.

Abstract. *The world experience in the hotel product promotion sphere is investigated. The hotel activity and hotel services provision dynamics in Ukraine are analyzed. The experience of national and international hotel chains in promotion policy, and also a new hotel chains and special hotels creation is summarized. The inculcation of better national experience in promotion policy is proposed. This branch of economic activity is a promising sphere for investment, as it is quite rapidly developing, increases the employment level in certain regions, creates the material basis for tourism development. There are many marketing tools for the hotel business competitiveness increasing. Among them: the inculcation of new information technologies, neuromarketing, the new advertising forms, promotional politics, loyalty politics and others. The hotel industry today is an industry with a growing level of competition in the hotel services market, and it is competition that is one of the incentives for improving the operation of the hotel and introducing its promotion policy. The main tasks in the hotel business sphere are: competitive advantages creating and competitiveness increasing a stable clientele forming through the ability to find your client, new development ways finding and creating, constantly updating your own promotion policies taking into account the hotel services dynamic market. In recent years, the hotel industry has been developing in negative conditions, in particular, the unstable economic and political situation in the country, which leads to a decrease in tourism and business activity, lack of funding, the lack of attractive land plots for hotel complexes construction, and long-term payback of such projects.*

Keywords: *hotel business; marketing; services; promotion policy; environmental risk; loyalty policy; innovative technologies.*

JEL classification: *M310; D100*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Маркетингова діяльність у готельному бізнесі, як найважливіша функція в індустрії гостинності, повинна забезпечувати постійне, стійке, конкурентоспроможне функціонування і розвиток того або іншого суб'єкта системи маркетингу на ринку готельних послуг з урахуванням стану внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства. Маркетингова діяльність припускає проведення комплексних маркетингових досліджень і на їх основі – створення стратегії і програми заходів, що використовуються з метою забезпечення економічної ефективності готельного бізнесу та підвищення ступеня задоволення потреби кінцевого споживача-туриста.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Менеджмент та статистика готельного бізнесу в Україні детально досліджується Л. І. Нечаюком [1] і Я. О. Остапенком [2]. Формування цінової політики на підприємствах туристичного та готельного бізнесу висвітлює А. П. Юр'єв [3]. А. І. Мартієнко та О. В. Дишкантюк визначають, що готельний бізнес є провідним сектором індустрії гостинності [4]. Аналіз статистичної інформації готельного бізнесу світу та України проводиться Державною службою статистики України, Всесвітньою туристичною організацією, Департаментом туризму та курортів Міністерства економічного розвитку і торгівлі України [5–7]. Поки що статистика готельного бізнесу формується у недостатньому обсязі, зокрема, на регіональному і місцевому рівнях, що суттєво ускладнює аналіз тенденцій, які характеризують діяльність у цій сфері.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Варто зазначити, що наразі готельний бізнес в Україні за рівнем зірковості, різноманіттям послуг, рівнем інноваційності поступається кращим світовим і європейським аналогам. Гостинність загалом, це не тільки привітність, доброзичливість, тобто категорія, яка базується на морально-етичних нормах та культурних традиціях народу, але це ще й економічні відносини, що виникають між людьми у різних сферах діяльності, у тому числі у готельному господарстві [8]. Найважливіші сфери готельного господарства (управління, фінансування, дизайн) є резервами підвищення його конкурентоспроможності. Але проблема вдосконалення управління потенціалом готельних підприємств недостатньо вивчена і висвітлена у науковій літературі. До теперішнього часу немає системних наукових маркетингових розробок. Готельна індустрія сьогодні є галуззю зі зростаючим рівнем конкуренції на ринку готельних послуг і саме конкуренція є одним із стимулів для поліпшення роботи готелю і впровадження ним політики просування.

Постановка завдання. Мета дослідження – проаналізувати новітні тенденції у політиці просування готельного бізнесу України для подальшого їх використання у регіональному готельному бізнесі. Відповідно до поставленої мети необхідно вирішити таке завдання: узагальнити кращі досягнення і креативні ідеї політики просування у готельному бізнесі України для подальшого застосування у готельній сфері Одеського регіону.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стратегія маркетингу готельного бізнесу – це формування цілей, шляхи їх досягнення та вирішення завдань готельного бізнесу за кожним окремим готельно-господарським продуктом, за кожним окремим ринком на певний період. Глобалізація і концентрація готельного бізнесу проявляються у створенні великих корпорацій та готельних мереж. Такий підхід дозволяє готельним підприємствам перегрупуватися й залучити додаткові ресурси для розвитку свого бізнесу. Готельні підприємства концентруються шляхом створення союзів або асоціацій, у межах яких не порушуються їх юридична та господарська самостійність, але створюються сприятливі умови для проведення спільних маркетингових програм, реалізації дослідницької діяльності, формування єдиної системи підготовки та перепідготовки кадрів.

Основними тенденціями у розвитку готельного бізнесу є:

– поширення сфери інтересів готельного бізнесу на продукти і послуги, раніше надані підприємствами інших галузей (наприклад, організації харчування, дозвілля, розваг, виставкової діяльності тощо);
– розвиток демократизації готельної індустрії, що сприяє підвищенню доступності готельних послуг для масового споживача;

– посилення спеціалізації готельного бізнесу, що дозволяє більш чітко орієнтуватися на певні сегменти споживачів з урахуванням різних ознак;
– глобалізація і концентрація готельного бізнесу;
– персоніфікація обслуговування і повна концентрація на запитах і потребах клієнтів;
– широке впровадження нових засобів комунікації та інформаційних технологій, що дозволяє проводити глибоку і системну економічну діагностику;
– впровадження нових технологій до ділової стратегії готельних підприємств, зокрема, широке використання мережі Інтернет з метою просування готельних продуктів і послуг.

За даними Всесвітньої організації туризму, у світі зареєстровано більше ніж 308 тисяч готельних підприємств. Основна їх кількість – 171 тис. готелів – зосереджена у Європі (лідером є Італія), 88 тис. – у США. Показником забезпеченості готелями визнано кількість готельних місць на одну тисячу мешканців країни. Наприклад, у Австрії цей показник дорівнює 86, у Швейцарії – 42, в Україні – 2,3 [6].

Показником якості та рівня готелів країни є коефіцієнт завантаження. На сучасному етапі у країнах Європи в середньому він сягає 66–75%, в Україні – 32%. Оптимальний рівень дорівнює 60–80%, що дає можливість забезпечити достатньо високу рентабельність готелів. Межею виживання готелю вважається 40% його завантаженості [9, с. 287].

Ефективність готельних мереж і наявність значної кількості готелів високого класу, обов'язковими атрибутами яких є високопрофесійний та гостинний персонал, сучасна інфраструктура, системи безпеки тощо, є одними із чинників, що значно впливають на розвиток туристичної індустрії. Сьогодні в Україні надає свої послуги 1731 готель, з-поміж яких лише 16 п'ятизіркових: «Прем'єр Палац», «Опера», «Хаятт Рідженсі», «Інтерконтиненталь», «Флотель Фараон» у Києві; «Леополіс», «Нобіліс» у Львові; «Палас Дель Мар», «Аркадія Плаза», «Марістелла Клуб», «Отрада» в Одесі; «Донбас-Палас» у Донецьку; «Україна» у Дніпрі; «Ріксос-Прикарпаття» у Трускавці [7]. З-поміж 79 833 номерів готелів лише близько 5% відповідають міжнародним стандартам [10].

При цьому вартість готельних послуг нерідко є вищою за середньоєвропейську, а рівень обслуговування – переважно нижчий. Швидкий розвиток технологій будівництва, поява нових будівельних та оздоблювальних матеріалів, запровадження електроніки і комп'ютерної техніки, інтерактивних технологій, з одного боку, та зростання кількості всесвітніх подорожей і видів туризму різного рівня, урізноманітнення туристичного попиту, загострення конкуренції між готелями і пошук нових сегментів ринку, зміна власне філософії обслуговування – з іншого, викликали сучасні тенденції розвитку всесвітнього готельного господарства.

Нині у готелях пропонується велика кількість послуг, що надаються різноманітними закладами харчування та розміщення, фітнес-, велнес- і спа-центрами, салонами краси. Зазвичай, у готелях існують танцзали, музичні та тематичні салони, спортивні майданчики і корти, зали для конференцій, переговорів, бізнес-центри, приміщення для постійної індивідуальної роботи гостя, виставкові та універсальні зали.

В Україні у 2016 р. надання місць для проживання здійснювали 4256 колективних засобів розміщування (юридичні особи та фізичні особи-підприємці) із кількістю місць – 376 тисяч (у 2015 р. відповідно 4341 та 404 тис.). Кількість розміщених у них становила 6544,8 тис. осіб, що на 764,9 тис. осіб (13%) більше, ніж у 2015 р. [5]. Більшість відвідувачів (77%) надавали перевагу готелям та аналогічним засобам розміщування. Серед розміщених осіб 13% становили іноземці.

Найбільше підприємств готельного господарства знаходяться у Львівській (0,33%), Одеській (8,89%), Закарпатській (8,86%), Івано-Франківській (8,08%) областях та м. Київ (5,94%). Найменше готельних підприємств розташовано у Луганській області: 0,49% від загальної кількості готелів та аналогічних засобів розміщення [5].

Високий рівень конкуренції змушує готелі практикувати нові програми заохочення і стимулювання постійних та віп-клієнтів. До використання схем програм лояльності першими звернулися саме власники готельних підприємств.

Заохочення клієнтів є одним з головних після продажних завдань залучення клієнтів. Щоб домогтися лояльності і побудувати довірчі відносини, тим самим створивши міцну клієнтську базу, у багатьох керівників готелів існують особливі секрети заохочувальної політики. У якості заохочення може бути будь-який приємний подарунок або пропозиція щодо зниження ціни, різні спеціальні акції, сувеніри, картки постійних гостей тощо.

У найзагальнішому вигляді усі системи клієнтської лояльності, що застосовуються у готельному бізнесі, можна розділити на знижкові, бальні (або накопичувальні) і грошові. Кожна з цих груп має свої особливості, як для клієнта, так і для самого готелю.

Знижкові системи лояльності – найбільш популярний вид утримання клієнта. Головна особливість усіх видів знижок полягає в тому, що далеко не всі клієнти реально їх потребують. Наприклад, багато готелів досить легко йдуть на знижки 30–50%, нерідко надають їх безпосередньо при реєстрації. За статистикою 80% свого доходу готелі отримують завдяки діловому туризму. Навіть якщо гість платить зі своєї кишені, знижки навряд чи можуть зробити його лояльним. Тут працює правило: заплатив мало, а у наступний раз пішов шукати, де ще дешевше.

Наступна група систем клієнтської лояльності – це бальні (накопичувальні) програми**.** Сутність їх полягає у тому, що постійному клієнту видається бонусна карта. Далі, при оплаті готельних послуг, на неї нараховуються бали. Коли сума на рахунку карти буде достатньою, бонуси можна обміняти на подарунки або ж оплатити ними послуги готелю. Однак, щоб накопичити пристойну суму, середньостатистичному відвідувачу знадобляться місяці, а іноді роки відвідування готелю. Тому особливого ентузіазму бонусні карти у споживачів не викликають.

Прикладом таких систем може слугувати всесвітньо відома «Marriott Rewards». Мережа готельного гіганта Marriott Hotels – це приблизно 2300 готелів у 63 країнах світу. Програма лояльності пропонує своїм учасникам величезний спектр заохочень – від безкоштовного проживання у мережі готелів – до нарахування бонусних миль авіакомпаній-партнерів. Гості, які повертаються у мережу готелів у п’ятнадцятий раз, мають велику кількість переваг. З недоліків системи можна відзначити її складність: не кожен відвідувач може розібратися в усіх умовах програми самостійно і використовувати бали з максимальною вигодою.

Низку пільгових умов мають такі програми, як «AEROSTAR VIP-Lodging Club», м. Москва; «USTA bonus», м. Єкатеринбург; «Baikal Plaza Club», м. Улан-Уде тощо. Загальна особливість усіх цих програм – обмежений перелік благ, на які можна обміняти бонуси. Зазвичай, сюди входять послуги лише даної готельної мережі. Багато з цих програм лояльності організовані за принципом «клубу».

Грошові системи лояльності – це так звані Кешбек-програми (від англ. Cash back – «повернення грошей»). Вони дозволяють клієнту повернути частину витрачених на проживання коштів. Схема Кешбек проста: покупець оплачує всю суму за проживання. Потім він повинен виконати певні дії (зазвичай, реєстрацію на сайті та запит на виплату), результатом яких є отримання клієнтом частини витрачених коштів реальними грошима протягом короткого часу. Втім, сама ідея повернення частини грошей не є новою: багато банків випускають пластикові картки, що працюють за системою Кешбек.

Наведемо найбільш затребувані вподобання гостей, що зупиняються у готелях.

Для бізнес-туриста важливо:

- зручність у всьому;
- розташування;
- фітнес-центр;
- безкоштовний сніданок;
- якісний і безкоштовний Wi-Fi;
- додаткові пристосування (такі як прасувальна дошка, сейф, набір туалетного приладдя);
- комфортабельне лобі, бар у готелі;
- місце для заходів та зустрічей.

Для мандрівника важливо:
- відчути місцевий колорит;
- ціна;
- відгуки інших відвідувачів готелю;
- доступ до Wi-Fi;
- місце, де можна розслабитися і відпочити від повсякденного життя;
- пакетні і спеціальні пропозиції;
- екскурсійне бюро;
- освічений консьєрж;
- безпека для дітей, організація їх дозвілля;
- можливість взяти з собою домашнього улюбленця.

Готелі України пропонують різні види послуг – безкоштовних і платних, основних і додаткових. Чим вищий рівень готелю – тим більше пропонується послуг, навіть зустрічаються оригінальні: гіпоалергенний номер, прес для штанів, масажні крісла, акустична гітара, латексна подушка, пухова подушка, дитяча подушка, підлогові ваги, менеджер з гостинності, послуги усного / письмового перекладача, англомовний персонал, прокат автомобілів, доставка преси; квитки: доступ на фінали престижних спортивних змагань, квитки до театру в перші ряди або на концерти, всі місця на які вже розпродані.

В табл. 1 представлено Топ-10 кращих готелів України за версією американського новинного журналу U.S. News & World Report за критеріями і щільністю завантаження.

Таблиця 1

Топ-10 кращих готелів України [11]

Місце в рейтингу	Назва готелів, їх місцезнаходження
1	Дизайн-готель 11 Mirrors, м. Київ
2	Леополіс, м. Львів
3	Hyatt Regency, м. Київ
4	Харків Палас Прем’єр Готель, м. Харків
5	InterContinental, м. Київ
6	Fairmont Grand Hotel, м. Київ
7	Опера готель, м. Київ
8	Hilton, м. Київ
9	Duke Hotel, м. Одеса
10	Citadel Inn Hotel & Resort, м. Львів

Наразі в Україні існує тенденція до відкриття незвичних готелів, які надають відвідувачам яскраві та незабутні враження, серед таких:

Готель «Історія», Поляниця. Цей дизайн-готель знаходиться у двох кілометрах від підйомників гірськолижного курорту Буковель і присвячений історії України. Кожен з номерів відображає певний етап в історії держави: первісна доба, трипільська культура, скіфська доба, Київська Русь, княжа доба, кріпацьке право, козацтво, національно-визвольний рух, класика.

Бутік-готель «Баккара» розташований на березі річки Дніпро. Це плавуча баржа, перетворена на затишний готель. З вікон готелю можна милуватися панорамою дніпровських берегів і мальовничими алеями парку.

Готель «Тридев’яте царство». Скала Подільська нагадує казковий замок. Він побудований з каменю та дерева. Незвичайна форма вікон і низький кам’яний паркан додають схожості зі старовинним лицарським житлом.

Еко-готель «Friend House», м. Кіровське. Побудований за спеціальним проектом з біорозпадних матеріалів. Матеріали, з яких збудовано споруду, виключно екологічно чисті:

глина, дерево, черепашник, очерет. Інтер'єр номерів місцями нагадує печеру з численними отворами, куди проникає сонячне світло, що створює у номері особливу атмосферу.

SPA-готель «Немо» знаходиться на території Харківського культурно-оздоровчого комплексу. Комплекс включає готель, дельфінарій, центр дельфінотерапії, океанаріум, фітнес-клуб з басейном з морською водою, спа-зону, кімнату переговорів, ресторан-терасу.

Інтротель (IntroHotel) – заклад для поєднання активного інтелектуального відпочинку, заходів з поліпшення психологічного стану організму та різноманітних цікавих занять на території або за межами готелю. Будівля у межах приміщень загального користування складається з зон різних видів дозвілля та корисних занять. Кожний номер для проживання має свою тематику, що відповідає професії або захопленню відвідувача.

Деякі готелі, з метою продовження терміну перебування бізнес-клієнтів, пропонують додаткові заходи не ділового характеру. Наприклад, Premier Palace Hotel пропонує «Day Use Rate Харків». Premier Palace Hotel пропонує скористатися пакетною пропозицією у вихідні дні: спеціальні ціни на проживання; можливість користуватися послугами фітнес-клубу з басейном і SPA; місце у підземному паркінгу; безкоштовне проживання дітей до 12 років (з наданням додаткового ліжка в одному номері з батьками); знижки у ресторанах готелю, квитки до музеїв.

Проблему завантаження у «низький сезон» готелі вирішують, наприклад, за рахунок романтичного «Premier Romantic Weekend» від готеля Premier Hotel Palace Kharkiv. До пропозиції включено: проживання у номері «Premier» (заїзд у суботу або неділю); подарунок від готелю при заїзді (шампанське і фрукти); сертифікат на 20% знижку у будь-якому з ресторанів готелю Premier Hotel Palace Kharkiv; пізній виїзд до 18:00 (за попереднім погодженням). У маркетинговій політиці України одним із слабких місць залишається відсутність стратегічного планування щодо розвитку сфери гостинності, зокрема готельного бізнесу, а також недостатній рівень створення національних готельних мереж для різного рівня споживачів.

Висновки і перспективи подальших розробок. Підсумовуючи, можна зробити такі висновки:

1. Готельний бізнес – одна з галузей, що швидко розвивається, на яку припадає близько 6% світового валового національного продукту та майже 5% усіх податкових надходжень. Окрім того, вона стимулює розвиток інших напрямків: будівництва, торгівлі, сільського господарства, виробництва товарів народного споживання тощо. Таким чином, готельний бізнес, як один з видів економічної діяльності, прямо або побічно створює робочі місця і є важливим засобом поповнення державного бюджету. У світі постійно відбувається процес освоєння новітніх концепцій готельного бізнесу і модернізації старих.
2. За результатами проведеного аналізу можна виокремити такі основні напрями розвитку готельного бізнесу: поглиблення спеціалізації і концептуалізації готельних закладів; приєднання до міжнародних готельних мереж та консорціумів як наслідок процесів глобалізації в Україні; персоніфікація обслуговування і повна концентрація на запитах та потребах клієнтів; диверсифікованість послуг; упровадження інформаційних комп'ютерних технологій.
3. В Україні основними гравцями на ринку поступово стають великі західні управлінські компанії у сфері гостинності. Особлива риса українського ринку гостинності на даний час – початок формування національних готельних мереж. Перший крок до цього – відкриття у 2005 р. Radisson SAS – чотиризіркового готелю «Radisson SAS» у Києві. Сьогодні в країні діє поки що один готельний ланцюг – Premier Hotels, до якого належать 7 українських готелів. Розвиток готельних мереж в Україні дасть поштовх для переходу країни на новий рівень у рамках участі на світовому ринку готельних послуг, позначить її як нового рівноправного учасника ринку готельних послуг. Участь українських готелів у міжнародних готельних мережах може принести безліч переваг:
   - можливість придбання великих партій товарів та послуг за оптовими цінами;
   - заощадження витрат на підготовку персоналу;

– ефективне просування готельних послуг на ринок та економія на рекламних кампаніях;
– використання централізованої системи бронювання;
– використання централізованої системи бухгалтерського обліку;
– будівництво, операції з нерухомістю.

4. Для того, щоб готельні послуги в Україні вийшли на гідний, європейський рівень, потрібно розробити пріоритетні напрями розвитку готельного бізнесу:
   – розробити та імплементувати загальнодержавну стратегію розвитку туристичної індустрії, основним напрямом якої має бути розробка та просування на міжнародний ринок нових туристичних маршрутів;
   – інвестувати у реконструкцію сучасних готелів;
   – збалансувати цінову політику та якість основних і додаткових готельних послуг;
   – поліпшити якість готельних послуг;
   – на державному рівні підтримувати формування національних готельних ланцюгів;
   – запровадити європейські стандарти готельного сервісу;
   – розробити гнучку систему державного стимулювання цієї галузі;
   – розробити та впровадити інноваційні заходи для індивідуалізації готельного продукту кожного підприємства та формувати нові вітчизняні бренди на ринку готельних послуг України.
5. Механізми підвищення конкурентоспроможності готельного бізнесу можна розділити на такі:
   – проведення досліджень щодо формування принципів управління готельним бізнесом в умовах жорстокої ринкової конкуренції на основі маркетингового, функціонального, відтворювального та інших підходів, які охоплюють більшість аспектів управління;
   – застосування до менеджменту і розробки управлінських рішень основних наукових підходів (системного, маркетингового, функціонального, відтворювального, нормативного тощо);
   – широке застосування стандартів ISO-9000 та ISO-14000 щодо систем якості та екологічності;
   – орієнтація розвитку готельного бізнесу переважно на впровадження інновацій.

Перспективами подальших досліджень є всебічне вивчення, аналіз і використання усіх резервів підвищення якості обслуговування та конкурентоспроможності готельних комплексів України шляхом розповсюдження позитивного вітчизняного досвіду та впровадження найкращих зразків.

Література

1. Нечаюк Л. І., Нечаюк Н. О. *Готельно-ресторанний бізнес : менеджмент* : навч. посіб. К. : ЦУЛ, 2009. 344 с.
2. Остапенко Я. О. *Статистичний аналіз підприємств готельного господарства та прогнозування його розвитку* // Глобальні та національні проблеми економіки : електрон. наук. фах. вид. 2015. Вип. 8. С. 1216–1221.
3. Юр'єв А. П., Єрмілова К. В. *Формування ціни та цінової політики на підприємствах туристичного бізнесу* : монографія // Донецький ін-т турист. бізнесу. Донецьк, 2004. 200 с.
4. Мартієнко А. І., Дишкантюк О. В. *Сутність гостинності як економічної категорії* // Економіка : реалії часу. 2017. № 2 (30). С. 72–78. URL: http://economics.opu.ua/files/archive/2017/No2/72.pdf (дата звернення: 20.08.2018).
5. *Колективні засоби розміщування* // Експрес-випуск. 25.04.2017 № 176/0/05.4вн-17. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 20.08.2018).
6. *Всесвітня туристична організація* : сайт. URL: http://www2.unwto.org/en (дата звернення: 22.08.2018).
7. *Державне агентство України з туризму та курортів* : сайт. URL: http://www.tourism.gov.ua (дата звернення: 20.08.2018).
8. Хумарова Н. І., Дишкантюк О. В. *Гостинність, туризм та рекреація у забезпеченні розвитку економіки вражень* // Про перспективи, проблеми і завдання розвитку сфери туризму і рекреації в

Україні : матеріали XI Пленуму Спілки економістів України, 29 вересня 2017 р., Київ, СЕУ / За заг. ред. акад. АЕНУ В. В. Оскольського. 2017. С. 61–73.
9. Цьохла С. Ю. *Економічні основи курортної індустрії й перспективи розвитку* // Ученые записки ТНУ им. В. И. Вернадского. Серия : Экономика. 2008. Т. 21 (60). № 1. С. 286–294.
10. *Державна служба статистики України* : сайт. URL: http://www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 21.08.2018).
11. *Названы лучшие отели Украины 2016 года.* URL: http://nv.ua/style/life/travel/nazvany-luchshie-oteli-ukrainy-2016-goda-258382.html (дата звернення: 23.08.2018).

References

1. Nechayuk, L. I., Nechyuk, N. O. (2009). *Hotel and restaurant business: management* [Hotelno-restorannyi biznes: menedzhment], TSUL, Kyiv, 344 p. [in Ukrainian]
2. Ostapenko, Ya. O. (2015). Statistical analysis of hotel industry enterprises and forecasting of its development [Statystychnyi analiz pidpryiemstv hotelnoho hospodarstva ta prohnozuvannia yoho rozvytku], Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky: elektronne naukove fakhove vydannia, Vyp. 8, s. 1216–1221 [in Ukrainian]
3. Yuriev, A. P., Yermilova, K. V. (2004). *Price and pricing policy formation at the tourist business enterprises:* monograph [Formuvannia tsiny ta tsinovoi polityky na pidpryiemstvakh turystychnoho biznesu: monohrafiia], Donetskii instytut turystychnoho buznesu, Donetsk, 200 s. [in Ukrainian]
4. Martienko, A. I., Dyshkantiuk, O. V. (2017). *The essence of hospitality as an economic category* [Sutnist hostynnosti yak ekonomichnoi katehorii], Ekonomika: realii chasu, No. 2 (30), s. 72–78, available at: http://economics.opu.ua/files/archive/2017/No2/72.pdf [in Ukrainian]
5. *Collective accommodation facilities* [Kolektyvni zasoby rozmishchuvannia], Ekspres-vypusk, Apr. 25, 2014, Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, available at: http:// www.ukrstat.gov.ua [in Ukrainian]
6. *World Tourism Organization:* website [Ofitsiinyi sait Vsesvitnoi turystychnoi orhanizatsii], available at: http://www2.unwto.org/en.
7. *Ukrainian State Agency of Tourims & Resorts:* website [Ofitsiinyi sait Derzhavnoho ahentstva Ukrainy z turyzmu ta kurortiv], available at: http://www.tourism.gov.ua [in Ukrainian]
8. Khumarova, N. I., Dyshkantiuk, O. V. (2017). *Hospitality, tourism and recreation in ensuring of impressions economy development* [Hostynnist, turyzm ta rekreatsiia u zabezpechenni rozvytku ekonomiky vrazhen], Pro perspektyvy, problemy i zavdannia rozvytku turyzmu i rekreatsii v Ukraini: materialy XI Plenumu Spilky ekonomistiv Ukrainy, September, 29, 2017, Kyiv, CEU; za red. V. V. Oskolskoho, Kyiv, s. 61–73 [in Ukrainian]
9. Tsohla, S. Yu. (2008). *Economic basics of the resort industry and prospects for development* [Ekonomichni osnovy kurortnoi industrii i perspektyvy rozvytku], Uchenye zapiski TNU im. V. I. Vernadskoho, Series: Economics, T. 21 (60), No. 1, s. 286–294 [in Ukrainian]
10. *State Statistics Service of Ukraine:* website [Ofitsiinyi sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy], available at: http://www.ukrstat.gov.ua [in Ukrainian]
11. *The best hotels of Ukraine 2016 are named* [Nazvany luchshie oteli Ukrainy 2016 goda], available at: http://nv.ua/style/life/travel/nazvany-luchshie-oteli-ukrainy-2016-goda-258382.html [in Russian]

Стаття надійшла до редакції 06.09.2018. Прийнята до друку 21.09.2018.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 330.12:338.48(658.6)

Ганна Костянтинівна БЕДРАДІНА
кандидат економічних наук, старший викладач кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, Одеський національний економічний університет, Україна, e-mail: annaconst16@ukr.net, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0001-8202-8709

Сергій Георгійович НЕЗДОЙМІНОВ
кандидат економічних наук, доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, Одеський національний економічний університет, Україна, e-mail: 2072945@gmail.com, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-7349-596X

НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНЮВАННЯ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Бедрадіна, Г. К., Нездоймінов, С. Г. Науково-методичні основи оцінювання якості туристичних послуг // 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. № 3 (67). С. 63–72.

Анотація. *У статті розглянуто методи оцінювання якості послуг туристичного підприємства. Авторами проведено дослідження наукових підходів та запропонована власна схема методики оцінювання якості туристичних послуг. Виділено основні напрямки оцінювання рівня якості туристичних послуг та визначено, які показники впливають на загальну оцінку якості обслуговування туристів. Визначено, що непряме оцінювання показників якості, притаманне для виробів та послуг туристичного призначення. Наголошено, що якість туристичного продукту та якість обслуговування на туристичних підприємствах є латентними показниками, тобто непіддатливими до безпосереднього вимірювання, та описуваними множиною так званих ознак-симптомів. Звідси коректні результати оцінювання можуть бути отримані суто за допомогою методів порівняльного багатовимірного аналізу. У складі інструментарію оцінювання якості туристичного продукту та якості обслуговування на туристичних підприємствах запропоновано використовувати метод таксономічного аналізу, що має низку істотних переваг порівняно з іншими методами багатовимірного аналізу. Ця методика може слугувати підґрунтям для подальшого удосконалення менеджменту якості послуг підприємств сфери туризму та прийняття управлінських рішень. Визначено, що керівництво підприємств сфери туризму повинно спрямувати менеджмент якості на постійне адаптування та вдосконалення сучасних методів оцінювання та підвищення якості послуг, а також розробку власних систем управління якістю, впровадження міжнародних та національних стандартів менеджменту якості з метою забезпечення прибутковості господарської діяльності власних підприємств.*

Ключові слова: *якість туристичних послуг; методи оцінювання; критерії оцінювання; підприємства сфери туризму; класифікація методів оцінювання; туристичний продукт.*

Анна Константиновна БЕДРАДИНА
кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры туристического и гостинично-ресторанного бизнеса, Одесский национальный экономический университет, Украина, e-mail: annaconst16@ukr.net, ORCID ID: https://orcid.org/ 0000-0001-8202-8709

Сергей Георгиевич НЕЗДОЙМИНОВ
кандидат экономических наук, доцент кафедры туристического и гостинично-ресторанного бизнеса, Одесский национальный экономический университет, Украина, e-mail: 2072945@gmail.com, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-7349-596X

НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНИВАНИЯ КАЧЕСТВА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

Бедрадина, А. К., Нездойминов, С. Г. Научно-методические основы оценивания качества туристических услуг // 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. № 3 (67). С. 63–72.

Аннотация. *В статье рассмотрены методы оценивания качества услуг туристического предприятия. Авторами проведено исследование научных подходов и предложена собственная схема методики оценивания качества туристических услуг. Выделены основные направления оценивания уровня качества туристических*

© БЕДРАДІНА Г.К., НЕЗДОЙМІНОВ С.Г., 2018

услуг и определено, какие показатели влияют на общую оценку качества обслуживания туристов. Определено, что непрямое оценивание показателей качества характерно для товаров и услуг туристического назначения. Отмечено, что качество туристического продукта и качество обслуживания на туристических предприятиях являются латентными показателям, то есть неподдающимися непосредственному измерению, и описываемыми множеством, так называемых признаков-симптомов. Отсюда корректные результаты оценивания могут быть получены чисто с помощью методов сравнительного многомерного анализа. В составе инструментария оценивания качества туристического продукта и качества обслуживания на туристических предприятиях предложено использовать метод таксономического анализа, который имеет ряд существенных преимуществ по сравнению с другими методами многомерного анализа. Эта методика может служить основой для дальнейшего совершенствования менеджмента качества услуг на предприятиях сферы туризма и принятия управленческих решений. Определено, что руководство предприятий сферы туризма должно направить менеджмент качества на постоянную адаптацию и совершенствование современных методов оценивания и повышения качества услуг, а также разработку собственных систем управления качеством, внедрение международных и национальных стандартов менеджмента качества с целью обеспечения прибыльности хозяйственной деятельности собственных предприятий.

Ключевые слова: *качество туристических услуг; методы оценивания; критерии оценивания; предприятия сферы туризма; классификация методов оценивания; туристический продукт.*

Ganna BEDRADINA
PhD in Economics, Senior Lecturer, Department of Tourism and Hotel and Restaurant Business,
Odessa National Economics University, Ukraine, e-mail: annaconst16@ukr.net,
ORCID ID: https://orcid.org/ 0000-0001-8202-8709

Sergii NEZDOYMINOV
PhD in Economics, Associate Professor, Department of Tourism and
Hotel and Restaurant Business, Odessa National Economics University, Ukraine,
e-mail: 2072945@gmail.com, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-7349-596X

SCIENTIFIC AND METHODOLOGICAL BASIS OF TOURIST SERVICES QUALITY ASSESSMENT

Bedradina, G., Nezdoyminov, S. (2018). Scientific and methodological basis of tourist services quality assessment. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Naukovo-metodychni osnovy otsiniuvannia yakosti turystychnykh posluh]; za red.: M. I. Zvieriakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; Vìsnik socìal'no-ekonomìčnih doslìdžen' (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 3 (67), pp. 63–72.

Abstract. *The article considers the quality assessment methods of tourist enterprise services. The authors conducted a research of scientific approaches and offered their own of assessing methodology scheme quality of tourist services quality. The main directions of tourist services quality assessment are determined and indicators which influence on the overall assessment of the tourists service quality are defined. It was determined that the indirect assessment of quality indicators is typical for goods and services of tourist destination. It was noted that the tourist product quality and service quality at tourism enterprises are latent indicators, i.e. they are immeasurable directly and described by a set of so-called characteristics-symptoms. Hence, the correct evaluation results can be obtained via a purely of comparative multivariate analysis methods. As a part for the quality assessing toolkit of the tourist product and the service quality at the tourist enterprises, it was proposed to use the taxonomic analysis method, which has a number of significant advantages compared with other methods of multivariate analysis. This methodology can serve as a basis for further management improvement of tourism enterprises services quality and also management decision making. It was determined that the management of tourism enterprises should be direct a quality management to the constant adaptation and perfecting of modern evaluating methods and improving the services quality, and also developing their own quality management systems, introducing international and national quality management standards with the purpose of profitability insuring of economic activity of own enterprises.*

Keywords: *quality of tourist services; assessment methods; assessment criteria; tourism enterprises; classification of services assessment methods; tourist product.*

JEL classification: *Z310; L830*

Постановка проблеми у загальному вигляді. В умовах трансформації економіки і загострення конкуренції на туристичному ринку перед вітчизняними підприємствами сфери туристичного бізнесу постає важлива проблема, пов'язана з підвищенням ефективності

менеджменту якості послуг. Одним із шляхів вирішення цієї проблеми є застосування сучасних методів оцінювання якості туристичних послуг з метою створення конкурентоспроможного туристичного продукту, здатного задовольняти потреби зовнішнього та внутрішнього споживача, своєчасно реагувати на ринковий попит щодо якісних послуг. Випуск якісних виробів сприяє збільшенню обсягу їх реалізації і рентабельності капіталу, зменшує питомі витрати користувачів та забезпечує більш повне задоволення потреб людей. Погіршення якості продукції призводить до появи зворотних тенденцій: зменшення обсягу продажів, прибутку і рентабельності, зменшення експорту, національного багатства та добробуту населення. Особливо важливою ця проблема стала після набуття чинності Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом. Актуальним є питання вибору оптимального методичного інструментарію щодо оцінювання якості туристичних послуг, адже вірне рішення щодо цього слугуватиме підґрунтям успішного менеджменту якості.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Проблеми визначення сутності поняття «оцінювання якості послуг», методів оцінювання рівня якості туристичних послуг та особливостей їх впровадження у практику господарювання та менеджменту якості, висвітлено в працях низки авторів. До них належать як зарубіжні науковці, такі як: M. Uluskan, A. B. Godfrey, J. Joines [1, с.1526–1543], C. Jaca, E. Psomas [2, с.958–970], A. Pazasuraman, V. Zeithaml, L. A. Berry [3, с.41–50], а також вчені країн СНД та України: Л. В. Баумгартен [4, с.29], Л. О. Івченко, І. Б. Левіт, В. Є. Шимкова [5, с.129–135], Н. Є. Кудла [6], О. Г. Янковий [7, с.19–22] та ін. Цей напрям знаходиться у стані формування в дослідженнях українських науковців.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на різноманітність підходів до оцінювання якості послуг, систематизованої класифікації методів оцінювання якості туристичних послуг дотепер не розроблено. Окремі автори, характеризуючи види і методи оцінювання якості туристичних послуг, обмежуються однією чи декількома ознаками, які, на їхню думку, враховують специфіку туристичної діяльності, але не специфіку туристичних послуг, які надають туристичні підприємства. Також варто зазначити, що не існує єдиного підходу та загального алгоритму щодо процесу проведення оцінювання якості туристичних послуг, які формують туристичний продукт. Актуальність розв’язання цих питань зумовила вибір теми цього дослідження, визначила її мету та завдання.

Постановка завдання. Метою статті є систематизація підходів щодо розробки науково-методичного інструментарію та узагальненого алгоритму процедури оцінювання якості туристичних послуг на основі методики таксономічного аналізу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Оцінювання якості послуг туристичного підприємства є важливим і неоднозначним завданням з огляду на складність туристичної діяльності та продукту, який виробляється в процесі цієї діяльності. Проведений аналіз наукової літератури свідчить, що вітчизняні і зарубіжні фахівці дотримуються приблизно однакової думки щодо сутності цієї процедури. Як вважають науковці, оцінювання рівня якості послуг – це сукупність операцій, яка складається з вибору показників якості оцінювальної послуги, визначення методів оцінювання, вимірювання значень обраних показників, порівняння їх із базовими та прийняття відповідних управлінських рішень. Так, О. Г. Янковий звертає увагу на те, що при оцінці якості продукції (робіт, послуг) в кваліметрії (від лат. gualitas – якість, грецьк. metro – міра) часто застосовують порядкові шкали, що надає підставу розглядати вказану властивість товару як латентну [7, с.19–20]. Узагальнюючи думки фахівців, можна запропонувати схему методики оцінювання рівня якості надання туристичних послуг (рис. 1).

У широкому розумінні, рівень якості – це кількісна характеристика міри придатності того чи іншого виду продукції для задоволення конкретного попиту на неї порівняно з відповідними базовими показниками за фіксованих умов споживання. Згідно з визначенням, що наведено у ДСТУ ISO 9000:2007 «Системи управління якістю. Основні положення та

словник термінів», «рівень якості» (grade), – це категорія чи розряд, надані різним вимогам щодо якості продукції, процесів або систем, які мають те саме функціональне застосування (наприклад, клас авіаквитка та категорія готелю). Якщо встановлюють певну вимогу до якості, зазвичай зазначають рівень якості та враховують задоволеність замовника (customer satisfaction). Скарги замовників послуг є загальноприйнятим показником низького рівня задоволеності замовника, але якщо скарг немає, це не обов'язково означає високий рівень задоволеності замовника [8, с.5–6].

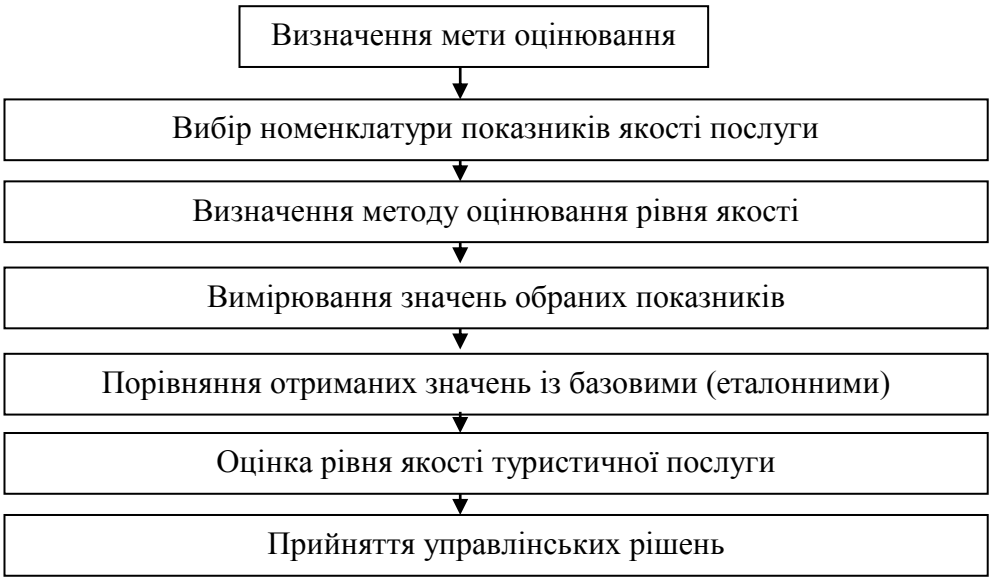


Рис. 1. Схема методики оцінювання рівня якості туристичних послуг (розроблено авторами)

Як випливає із наведених визначень і схеми, оцінювання якості послуг розпочинається з вибору показників, за якими повинен відбуватися цей процес. З цього приводу є відповідні рекомендації, які містяться як у чинних нормативних документах, так і в спеціальній науковій літературі. Наприклад, Державний стандарт України ДСТУ ISO 9004-2-96. «Управління та елементи системи якості. – Частина 2. Настанови щодо послуг» наводить дві групи характеристик якості послуг:

1. Кількісні характеристики: час очікування послуги; характеристика обладнання, інструменту і матеріалів; надійність; точність виконання; повнота послуги; безпека; рівень автоматизації і механізації.
2. Якісні характеристики: увічливість; доступність персоналу; довіра до персоналу; рівень майстерності; комфорт та естетика; ефективність контактів виконавця та клієнтів [9, с.16].

Звернемо увагу, що зарубіжні науковці A. Parasuraman, V. Zeithaml, L. Berry запропонували основні показники якості, які можуть використовуватися споживачами для оцінювання якості наданих послуг: довіра, безпека, доступність, комунікабельність, відчутні характеристики, надійність, швидкість реакції, компетентність та ввічливість [3, с.47–48].

Український фахівець Н. Є. Кудла пропонує розглядати якість туристичного продукту як:

– істотні ознаки продукту і його складових, які виділяються серед інших (вигляд, спосіб виконання, тривалість, надійність, швидкість тощо);
– сукупність ознак, які забезпечують відповідність продукту вимогам споживачів;
– рівень, у якому конкретний продукт знайде особливе визнання споживачів серед інших продуктів на ринку;
– у поточному розумінні – добрий продукт («високої якості»), який кращий від інших [6].

У спеціалізованій літературі є й інші пропозиції щодо складу показників для оцінювання якості послуг, проте вони фактично або деталізують вищезазначені,

або наводяться в іншій термінології [10, с.84; 11, с.27]. Варто також зазначити, що у наукових виданнях, присвячених дослідженню якості товарів і послуг, окрім терміна «показник якості» зустрічається також термін «критерій якості» [6; 12, с.289–230]. Причому в окремих випадках під критеріями автори іноді розуміють звичайні показники якості.

Критерієм оцінювання якості послуги з боку виробника є забезпечення її конкурентоспроможності, а з боку споживача таким критерієм є задоволеність клієнта.

Другий етап оцінювання – це вимірювання значення обраних показників за допомогою спеціальних методів. Про способи вимірювання якості послуг написано дуже багато. Загальні відомості про оцінювання рівня якості продукції досить ґрунтовно розроблено багатьма вітчизняними та зарубіжними дослідниками. Проте їх напрацювання стосуються передусім товарів та виробів, які мають матеріальну форму. Значно менше є інформації про методи оцінювання якості послуг, і туристичних зокрема. А втім очевидно, що оцінити якість послуги набагато складніше, ніж якість матеріальної продукції. Адже клієнт сприймає не тільки результат послуги, але й стає співучасником її надання. Саме тому не всі методи оцінювання якості, що пропонують у спеціальній літературі, можуть бути придатними для застосування у сфері туристичних послуг [13, с.92; 14, с.124–130; 15].

Варто також зазначити, що дослідники звертають увагу на методи маркетингових досліджень – при проведенні спостережень, опитувань споживачів туристичних послуг та анкетування, які, на їхню думку, враховують ступень задоволеності споживачів туристичних послуг, сучасними технологіями обслуговування. С. В. Мельниченко справедливо відмічає, що оцінка якості обслуговування з використанням методики «Таємний покупець» дає можливість контролювати процес відповідності надання туристичних послуг корпоративному стандарту мережі туристичних офісів [16, с.32]. Науковці поділяють методи оцінювання якості послуг за способом отримання інформації на вимірювальний, реєстраційний, органолептичний та розрахунковий.

Вимірювальний метод заснований на інформації, отриманій завдяки використанню засобів вимірювальної техніки. Реєстраційний – на інформації, отриманої шляхом підрахунку певних подій, предметів або витрат на створення і експлуатацію продукту. Органолептичний метод побудовано на використанні інформації, отриманої в результаті аналізу відчуттів органів чуття. І, нарешті, розрахунковий метод заснований на використанні інформації отриманої за допомогою теоретичних або емпіричних залежностей [13, с.92–94].

За джерелом отримання інформації методи оцінювання показників якості продукту поділяють на: традиційні, експертні і соціологічні [5, с.129–135].

Оцінювання характеристик показників якості традиційним методом здійснюється посадовими особами спеціалізованих експериментальних або розрахункових підрозділів підприємства, установи чи організації. Експертний метод оцінювання наразі знаходить більш широке застосування. Це пояснюється як відносною простотою оцінювання, так і доволі значною її універсальністю.

Оцінювання характеристик показників якості соціологічним методом здійснюється фактичними або потенційними споживачами продукту. Збирання думок споживачів проводиться шляхом усних опитувань або за допомогою поширення спеціальних анкет, а також організації конференцій, виставок тощо.

При оцінюванні з використанням диференційних показників аналізується, зазвичай, одна або декілька властивостей і параметрів послуги, за якими потім формують уявлення про якість послуги в цілому. При використанні комплексних показників об’єктом є якість окремої послуги або туристичного продукту в цілому. Змішана оцінка застосовується тоді, коли один ряд показників якості оцінюється комплексно, а інший – диференційовано.

Суттєвими недоліком оцінювання з використанням диференційних показників є неможливість зіставлення окремих показників між собою у зв’язку з тим, що вони відбиваються в різних одиницях. Крім того, диференційна оцінка не дозволяє однозначно відповісти на питання про рівень продукту в цілому.

Комплексний метод оцінювання знайшов широке застосування в сучасній практиці та використовується більшістю підприємств сфери туризму і гостинності [16, с.27; 17, с.161–162]. Він полягає в проведенні певних процедур, підсумком яких є узагальнене оціночне судження. Процес комплексного оцінювання передбачає, насамперед, відбір тих показників, на основі яких мають судити про рівень якості продукту в цілому. Потім кожен із відібраних показників оцінюється кількісно тим чи іншим способом і результати диференційних оцінок наводяться у вигляді, за яким їх можна зіставити. Після цього визначають коефіцієнти вагомості всіх окремих показників, тобто з'ясовують значущість кожного з них у загальній структурі якості туристичних послуг. Ця процедура здійснюється, зазвичай, кваліфікованими експертами. У підсумку всі диференційні показники разом з їхнім коефіцієнтом вагомості об'єднують в один комплексний показник на основі певної математичної залежності.

Непряме оцінювання показників якості, особливо для виробів товарів туристичного призначення, знайшло останнім часом широке застосування. Це пояснюється тим, що більшість споживчих параметрів не може бути виміряна безпосередньо, і тому доводиться звертатися до пошуку побічних способів визначення їхнього рівня.

За формою вираження оцінки якості можуть бути: метричні, бальні і безрозмірні (відносні) [14, с.45–57]. Метричні оцінки передбачають вираження їх результатів у системах метричних одиниць, проте для аналізу якості туристичних послуг цей метод не підходить, тому докладно зупинятися на ньому не будемо. І, навпаки, метод бальної оцінки широко застосовується у туристичній практиці. Особливо широке застосування система бальних оцінок знайшла в експертному аналізі якості туристичних і готельних послуг. Розробляються принципи побудови різних систем. Найбільш поширеними є 5- 10-, 20- і 100-бальні системи.

Наведемо узагальнену класифікацію методів оцінювання якості:

1. Класичні методи, які було розроблено впродовж усього періоду становлення менеджменту якості та які наразі зберегли свою актуальність; їх розробниками вважають Е. Демінга, К. Ісікаву, Т. Тагуті, дослідження яких було спрямоване на розроблення і розвиток методів планування якості та статистичного аналізу.

2. «Нові» методи, становлення й розвиток яких відбувалися наприкінці XX ст. і тривають донині. Їх сформовано на базі розглянутих традиційних методів, проте вони відрізняються соціальною спрямованістю в широкому розумінні та повинні застосовуватися в комплексі з наявними управлінськими, технічними, організаційними методами, на відміну від застосування послідовного набору спеціальних класичних методів. До групи «нових» методів науковці відносять метод структурування функції якості (Quality Function Deployment – QFD), концепцію «Будинку якості» (Quality House), методику «Таємний покупець» (Mystery Shopping), бенчмаркінг, апарат багатомірного статистичного аналізу.

Українські науковці О. Г. Янковий та Ю. А. Єгупов вважають, що за такою ознакою, як ступінь формалізації вихідної інформації можуть бути виділені такі методи оцінювання: експертні, змішані, математико-статистичні [7, с.6; 18, с.68–70].

Підсумовуючи всі наявні пропозиції щодо визначення методів оцінювання якості туристичних послуг, зазначимо, що ґрунтовну класифікацію можна виробити, спираючись на цілу низку ознак (табл. 1).

Таблиця 1

Узагальнена класифікація методів оцінювання якості туристичних послуг
(складено авторами на основі [4; 7; 10; 11; 14; 15; 16; 18])

Ознака класифікації	Методи оцінювання	Джерело
За способом отримання інформації	1. Вимірювальний 2. Реєстраційний 3. Органолептичний 4. Розрахунковий	Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко, М. В. Босовська [10] М. І. Шаповал [15]

Продовження табл. 1

За джерелами отримання інформації	1. Традиційний 2. Експертний 3. Соціологічний	Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко, М. В. Босовська [10;16] М. І. Шаповал [15]
За вибором системи показників	1. Диференційний 2. Комплексний 3. Змішаний	Л. В. Баумгартен [4]
За типом і характером дій	1. Прямі 2. Непрямі	М. В. Кобяк, С. С. Скобкін [14]
За формою вираження	1. Метричні 2. Бальні 3. Безрозмірні (відносні)	М. В. Кобяк, С. С. Скобкін [14]
За об’єктом оцінювання	1. Засновані на характеристиці туристичної послуги або продукту в цілому. 2. Засновані на аналізі інцидентів, що пов’язані з якістю послуг	М. Рибов [11]
За ступенем новизни	1. Класичні (традиційні) 2. «Нові»	М. І. Шаповал [15]
За ступенем формалізації вихідної інформації	1. Експертні 2. Змішані 3. Математико-статистичні	О. Г. Янковий [7] Ю. А. Єгупов [18]

Досліджуючи методи вимірювання якості послуг доцільно враховувати певні принципіальні положення, а саме:

– оцінювання якості послуг є більш ускладненим, ніж матеріального продукту через нематеріальність ознак (наприклад, атмосфера в готелі);
– якість послуг є результатом порівняння сподівань клієнтів та їхніх вражень від надання послуг;
– оцінювання якості послуг ґрунтується не лише на девальвації власне результату, який важко визначити, але й на оцінюванні процесу обслуговування;
– туристичний продукт зазвичай є сукупністю різноманітних послуг, тому вимірювання якості не є випадковим оцінюванням його окремих складових;
– якість послуг є суб’єктивною категорією, і при її вимірюванні та оцінюванні необхідно враховувати думку клієнтів;
– вимірювання не може бути справою лише внутрішнього контролю [6, с.249].

Основна проблема, яка постає майже перед усіма аналітиками менеджменту якості послуг, полягає у виборі відповідної методики, за допомогою якої можна здійснювати певні кількісні вимірювання. Українські фахівці В. Я. Брич та В. С. Мазур підкреслюють, що «якість обслуговування туристів є складним економічним об’єктом управління, що складається із сукупності підсистем, які незалежно функціонують, та потребує від туристичної фірми застосування специфічних навичок, пов’язаних з аналізом і вибором виконавців, що безпосередньо реалізовують туристичний тур на збалансованому рівні якості за всіма його складовими» [17, с.163]. Вважаємо, що складові якості туристичних послуг є латентними показниками, тому при оцінюванні виникають складності щодо їх безпосереднього вимірювання. Вирішення цієї проблеми можливо на основі використання методів багатовимірного аналізу. Сьогодні апарат багатовимірного статистичного аналізу має в розпорядженні великий арсенал сучасних методів, що дозволяють вирішувати найрізноманітніші завдання з обробки багатовимірних об’єктів, враховуючи методи

кластерного, дискримінантного, факторного, компонентного (метод головних компонент) і таксономічного аналізу.

Вважаємо, що існуючі методики оцінювання якості туристичних послуг можуть бути доповнені методом таксономічного аналізу. Зокрема, метод таксономії вирізняється простотою математичного апарату, відсутністю будь-яких вимог до сукупності досліджуваних об'єктів, зручнішим масштабом отриманих оцінок, що полегшують аналіз і ранжування об'єктів [18, с.74].

Алгоритм порівняльного оцінювання якості туристичного продукту та якості обслуговування на туристичних підприємствах, що здійснюється на основі методу об'єднаної таксономії, містить наступні етапи:

1) побудова матриці значень оцінних показників по групі аналізованих підприємств;
2) розрахунок стандартизованих значень оцінних показників;
3) розділення всіх оцінних показників на стимулятори та дестимулятори;
4) побудова еталонного об'єкта (еталона розвитку);
5) визначення вагових коефіцієнтів, що характеризують міру значущості кожного оцінного показника для формування рівня якості туристичного продукту та якості обслуговування на туристичних підприємствах;
6) розрахунок відстані від кожного об'єкта (туристичного підприємства) до еталонного;
7) розрахунок таксономічного показника для кожного об'єкта на основі класичного алгоритму;
8) перетворення показників – дестимуляторів на показники – стимулятори;
9) установлення координат антиеталона;
10) розрахунок таксономічного показника для кожного об'єкта на основі модифікованого алгоритму;
11) розрахунок таксономічного показника для кожного і-го об'єкта на основі об'єднання результатів, отриманих на основі класичного та модифікованого алгоритмів;
12) ранжування об'єктів (туристичних підприємств) за зменшенням рівня таксономічного показника;
13) підготовка висновку за результатами порівняльного оцінювання рівня якості туристичного продукту та якості обслуговування на туристичних підприємствах.

Завдяки вказаним перевагам, метод об'єднаної таксономії сьогодні знайшов найширше застосування в теорії і практиці управління підприємствами, зокрема, при вирішенні таких найважливіших тактичних завдань, як побудова дієвого механізму економічного стимулювання праці, розробка бізнес-планів інвестиційних проектів, обґрунтування ефективних шляхів підвищення конкурентоспроможності продукції, формування системи менеджменту якості та ін.

Висновки і перспективи подальших розробок. В умовах мінливості ринкового середовища, якість туристичних послуг стає не лише складовою конкурентоспроможності суб'єктів туристичного бізнесу, але й необхідною передумовою формування якісного туристичного продукту, який здатен забезпечити потреби сучасних туристів та доходи туристичних підприємств. На основі аналізу науково-теоретичних підходів дослідників щодо методів оцінювання туристичних послуг сформовано їх узагальнену класифікацію, яка спирається на низку таких суттєвих ознак, що дозволяють отримати інформацію про якість послуги, джерела отримання інформації про об'єкт оцінювання, вибір системи показників та іншу. Визначено, що в системі управління якістю на підприємствах сфери туризму важливу роль відіграє сучасна методика об'єднаної таксономії щодо оцінювання якості окремих складових туристичної послуги. Власникам та керівникам туристичних підприємств необхідно спрямувати менеджмент на впровадження методів бенчмаркінгу, задля вирішення завдання щодо оцінювання рівня якості туристичних послуг на основі зіставлення їх показників з показниками лідерів туристичного ринку, використовуючи при цьому результати попереднього таксономічного аналізу.

Перспективи подальших розробок у даному напрямку буде спрямовано на формування науково-методичних підходів щодо впровадження системи менеджменту якості на туристичних підприємствах.

Література

1. Uluskan M., Godfrey A. B., Joines J. A. *Integration of Six Sigma to traditional quality management theory : an empirical study on organisational performance //* Total Quality Management & Business Excellence. 2017. № 13–14 (28). Pp. 1526–1543.
2. Jaca C., Psomas E. *Total quality management practices and performance outcomes in Spanish service companies //* Total Quality Management & Business Excellence. 2015. № 9–10 (26). Pp. 958–970.
3. Pazasuraman A., Zeithaml V., Berry L. A. *Conceptual model of service quality and its implications for future research //* Journal of Marketing. 1985. № 49. Pp. 41–50.
4. Баумгартен Л. В. *Управление качеством в туризме. Практикум* : учеб. пособ. М. : КноРус, 2016. 284 с.
5. Івченко Л. О., Левіт І. Б., Шимкова В. Є. *Оцінка якості діяльності туристичних підприємств на основі кваліметричного аналізу //* Вісник Донецького інституту туристичного бізнесу. Серія: Економіка, організація і управління підприємством (в туристичній сфері). Донецьк : ДІТБ, 2008. № 12. С. 129–135.
6. Кудла Н. Є. *Маркетинг туристичних послуг* : навч. посіб. URL: https://westudents.com.ua/knigi/599-marketing-turistichnih-poslug-kudla-n.html (дата звернення: 04.09.2018).
7. Янковий О. Г. *Латентні ознаки в економіці* : монографія. Одеса : Атлант, 2015. 168 с.
8. ДСТУ ISO 9000:2008. *Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів.* Чинний від 2008-01-01. Київ : Держстандарт України, 2008. 29 с. (Інформація та документація).
9. ДСТУ ISO 9004-2-96. *Управління якістю та елементи системи якості. Ч. 2. Настанови щодо послуг* (ISO 9004-2:1991, IDT). Чинний від 1997-07-01. Київ : Держстандарт України, 1997. 31 с. (Інформація та документація).
10. Ткаченко Т. І., Мельниченко С. В., Босовська М. В. *Управління якістю туристичних послуг* : конспект лекцій. К. : Київський національний торговельно-економічний університет, 2009. 107 с.
11. Рибов М. *Туризмът в ерата на качеството :* учебник. София : Тракия-М., 2005. 720 с.
12. Шульгіна Л. М. *Маркетинг підприємств туристичного бізнесу* : монографія. К. : Київський національний торговельно-економічний університет, 2005. 597 с.
13. Бедрадіна Г. К., Герасименко В. Г. *Кваліталогія як актуальний науковий напрям дослідження сфери туризму //* Перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні : регіональні аспекти : зб. тез за матер. Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (22 березня 2013 р.). Умань : Візаві, 2013. С. 92–94.
14. Кобяк М. В., Скобкин С. С. *Управление качеством в гостинице* : учеб. пособ. М. : Магистр, 2008. 511 с.
15. Шаповал М. І. *Менеджмент якості* : підруч. URL: http://www.info-library.com.ua/books-text 9750.html (дата звернення: 05.09.2018).
16. Мельниченко С. *Методика дослідження якості обслуговування на туристичних підприємствах //* Вісник КНТЕУ. 2012. № 1. С. 24–33.
17. Брич В. Я., Мазур В. С. *Управління якістю туристичних послуг у сучасних умовах господарювання //* Стратегія економічного розвитку України. 2014. № 35. С. 161–170.
18. Егупов Ю. А. *Повышение корректности многомерных оценок в процессе формирования производственной программы предприятия //* Формування економічних стратегій розвитку підприємства, регіону, держави. Економічні інновації : зб. наук. пр. Одеса : ІПРЕЕД НАН України. 2009. Вип. 38. С. 68–80.

References

1. Uluskan, M., Godfrey, A. B., Joines, J. A. (2017). *Integration of Six Sigma to traditional quality management theory: an empirical study on organisational performance,* Total Quality Management & Business Excellence, Vol. 28, No.13–14, pp. 1526–1543.
2. Jaca, C., Psomas, E. (2015). *Total quality management practices and performance outcomes in Spanish service companies,* Total Quality Management & Business Excellence, Vol. 26, No 9–10, pp. 958–970.
3. Pazasuraman, A., Zeithaml, V., Berry, L. A. (1985). *Conceptual model of service quality and its implications for future research,* Journal of Marketing, No. 49, pp. 41–50.

4. Baumharten, L. V. (2016). *Quality management in tourism* [Upravlenie kachestvom v turizme. Praktikum], KnoRus, Moskva, 284 s. [in Russian]
5. Ivchenko, L. O., Levit, I. B., Shymkova, V. Ye. (2008). *Estimation of tourism enterprises activity quality on the basis of qualimetric analysis* [Otsinka yakosti diialnosti turystychnykh pidpryiemstv na osnovi kvalimetrychnoho analizu], Visnyk Donetskoho instytutu turystychnoho biznesu, Seriia Ekonomika, orhanizatsiia i upravlinnia pidpryiemstvom (v turystychnii sferi), DITB, Donetsk, No. 12, s. 129–135 [in Ukrainian]
6. Kudla, N. Ye. (2011). *Marketing of tourist services* [Marketynh turystychnykh posluh], available at: https://westudents.com.ua/knigi/599-marketing-turistichnih-poslug-kudla-n.html [in Ukrainian]
7. Yankovyi, O. H. (2015). *Latent signs in the economy:* monograph [Latentni oznaky v ekonomitsi: monohrafiia], Atlant, Odesa, 168 s. [in Ukrainian]
8. DSTU ISO 9000:2008. *Quality management systems. Key terms and glossary* [DSTU ISO 9000:2008 Systemy upravlinnia yakistiu. Osnovni polozhennia ta slovnyk terminiv], Derzhavnyi standart Ukrainy, Kyiv, 29 s. [in Ukrainian]
9. DSTU ISO 9004-2-96 (1997). *Quality management and elements of quality system. Part 2. Service guidelines* (ISO 9004-2:1991, IDT) [Upravlinnia yakistiu ta elementy systemy yakosti. Ch. 2. Nastanovy shchodo posluh (ISO 9004-2:1991, IDT)], Derzhavnyi standart Ukrainy, Kyiv, 31 s. [in Ukrainian]
10. Tkachenko, T. I., Melnychenko, S. V., Bosovska, M. V. (2009). *Quality management of tourist services* [Upravlinnia yakistiu turystychnykh posluh], Kyivskyi natsionalnyi torhovelno-ekonomichnyi universytet, Kyiv, 107 s. [in Ukrainian]
11. Rybov, M. (2005). *Туризмът в ерата на качеството*, Trakiya-M., Sofiya, 720 s.
12. Shulhina, L. M. (2005). *Marketing of tourism business enterprises:* monograph [Marketynh pidpryiemstv turystychnoho biznesu: monohrafiia], Kyivskyi natsionalnyi torhovelno-ekonomichnyi universytet, Kyiv, 597 s. [in Ukrainian]
13. Bedradina, H. K., Herasymenko, V. H. (2013). *Qualitology as an actual scientific direction of research of tourism sphere* [Kvalitolohiia yak aktualnyi naukovyi napriam doslidzhennia sfery turyzmu], Perspektyvy rozvytku turystychnoi industrii v Ukraini: rehionalni aspekty, zbirnyk tez za materialamy Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi internet-konferentsii, 22 bereznia 2013 r., Vizavi, Uman, s. 92–94 [in Ukrainian]
14. Kobyak, M. V., Skobkin, S. S. (2008). *Quality management at the hotel* [Upravlenie kachestvom v gostinitse], Magistr, Moskva, 511 s. [in Russian]
15. Shapoval, M. I. (2003). *Quality management* [Menedzhment yakosti], available at: http://www.info-library.com.ua/books-text-9750.html [in Ukrainian]
16. Melnychenko, S. (2012). *Research methodology of the service quality at tourist enterprises* [Metodyka doslidzhennia yakosti obsluhovuvannia na turystychnykh pidpryiemstvakh], Visnyk KNTEU, No. 1, s. 24–33 [in Ukrainian]
17. Brych, V. Y., Mazur, V. S. (2014). *Quality management of tourist services in the current economic conditions* [Upravlinnia yakistiu turystychnykh posluh u suchasnykh umovakh hospodariuvannia], Stratehiia ekonomichnoho rozvytku Ukrainy, zbirnyk. naukovykh prats, No. 35, s. 161–170. [in Ukrainian]
18. Egupov, Yu. A. (2009). *Improving the correctness of multidimensional assessments in the process of enterprise production program forming* [Povyshenie korrektnosti mnogomernykh otsenok v protsesse formirovaniya proizvodstvennoy programmy predpriyatiya], Formuvannia ekonomichnykh stratehii rozvytku pidpryiemstva, rehionu, derzhavy. Ekonomichni innovatsii, No. 12, s. 68–80. [in Russian-Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 11.09.2018. *Прийнята до друку 27.09.2018.*

УДК 338.48 (477)

Татьяна ДЫБЕВА
доктор экономики, профессор кафедры экономики и организации туризма, Варненский экономический университет, Болгария, e-mail: dabeva@ue-varna.bg

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СТРУКТУР ГОСТИНИЧНОГО И РЕСТОРАННОГО ПРОДУКТОВ

Дыбева, Т. Сравнительный анализ структур гостиничного и ресторанного продуктов // 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. № 3 (67). С. 73–79.

Аннотация. *Гостиничный и ресторанный бизнес выполняют важные экономические и социальные функции и являются органичными компонентами сферы гостеприимства. Цель статьи состоит в исследовании сущности и особенностей гостиничного и ресторанного продуктов, сравнении их основных составляющих и разработке на этой основе рекомендаций по совершенствованию их позиционирования на национальном и международном рынках. Дана характеристика основных элементов двух самых распространенных продуктов, которые предлагаются предприятиями сферы туризма – гостиничного и ресторанного. Рассматриваются два основных подхода к исследованию маркетинговой категории «продукт» с позиции потребителя продукта и с точки зрения его производителя. Подчёркивается роль гостиничного и ресторанного продуктов в функционировании и развитии туристической дестинации. Проведен сравнительный анализ структур гостиничного и ресторанного продукта. В их составе выделены и охарактеризованы различные элементы. Определены общие и особые компоненты в структуре анализируемых продуктов. Обосновано значение каждого из них для развития гостиничного и ресторанного бизнеса. Результаты исследования показали, что как гостиничный, так и ресторанный продукт имеют определенную структуру. Не смотря на наличие общих и специфических характеристик указанных продуктов, руководство гостиниц и ресторанов должно стремиться к их объединению и синхронизации в рамках общей концепции и стиля гостиницы или ресторана. Многокомпонентный состав гостиничного и ресторанного продуктов вызывает необходимость продолжения исследовательских изысканий для раскрытия всех их характеристик.*

Ключевые слова: *гостиничный продукт; ресторанный продукт; туристическая дестинация; материальная среда обслуживания; атмосфера гостеприимства.*

Тетяна ДИБЕВА
доктор економіки, професор кафедри економіки та організації туризму, Варненський економічний університет, Болгарія, e-mail: dabeva@ue-varna.bg,

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ СТРУКТУР ГОТЕЛЬНОГО ТА РЕСТОРАННОГО ПРОДУКТІВ

Дибева, Т. Порівняльний аналіз структур готельного та ресторанного продуктів // 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. № 3 (67). С. 73–79.

Аннотация. *Готельний та ресторанний бізнес виконують важливі економічні і соціальні функції і є органічними компонентами сфери гостинності. Мета статті полягає в дослідженні сутності та особливостей готельного і ресторанного продуктів, порівнянні їх головних складових та розробленні на цій основі рекомендацій щодо удосконалення їх позиціонування на національному та міжнародному ринках. Наведена характеристика основних елементів двох найпоширеніших продуктів, які пропонуються підприємствами сфери туризму − готельного та ресторанного. Розглядаються два основних підходи до дослідження маркетингової категорії «продукт» з позиції споживача продукту і з точки зору його виробника. Підкреслюється роль готельного та ресторанного продуктів у функціонуванні та розвитку туристичної дестинації. Проведено порівняльний аналіз структур готельного та ресторанного продукту. У їх складі виділено і охарактеризовано різні елементи. Визначено загальні та спеціальні компоненти в структурі продуктів, що аналізуються. Обґрунтовано значення кожного із них для розвитку готельного та ресторанного бізнесу. Результати дослідження показали, що як готельний, так і ресторанний продукти мають певну структуру. Незважаючи на наявність загальних і специфічних характеристик зазначених продуктів, керівництво готелів і ресторанів має спрямувати свої зусилля до їх об'єднання та синхронізації в межах загальної концепції та стилю готелю або ресторану. Багатокомпонентний склад готельного і ресторанного продуктів викликає необхідність продовження дослідницьких пошуків задля розкриття всіх їх характеристик.*

© ДЫБЕВА Т., 2018

Ключові слова: *готельний продукт; ресторанний продукт; туристична дестинація; матеріальне середовище обслуговування; атмосфера гостинності.*

Tatyana DYBEVA
Doctor of Economics, Professor of Economics and Tourism Organization Department,
Varna Economic University, Bulgaria, e-mail: dabeva@ue-varna.bg

COMPARATIVE ANALYSIS OF HOTEL AND RESTAURANT PRODUCTS STRUCTURE

Dybeva, T. (2018). Comparative analysis of hotel and restaurant products structure. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in.-ch.) and others [Sravnitelnyy analiz struktur gostinichnogo i restorannogo produktov; pod red.: M. I. Zveryakova (glav. red.) i dr.], Socio-economic research bulletin; Visnik social´no-economicnih doslidzen´ (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 3 (67), pp. 73–79.

Abstract. *Hotel and restaurant business performs important economic and social functions and is an organic components of hospitality sphere. The purpose of article is research of the hotel and restaurant products essence and features, compare their main components and develop recommendations for improving their positioning in the national and international markets. The article describes the main elements of two most common products that are offered by tourism enterprises sphere – hotel and restaurant. Two major approaches to the research of «product» marketing category are considered in terms of product consumer and also its manufacturer. The role of hotel and restaurant product in the tourist destination functioning and development is emphasized. A comparative analysis of hotel and restaurant product structures has been performed. Various elements in their composition are identified and characterized. General and particular components in the structure of analyzed products are determined. The significance each of them for the hotel and restaurant business development is substantiated. The research results showed that both the hotel and restaurant products have a certain structure. Despite the presence of common and specific characteristics of these products, the management of hotels and restaurants should strive to unite and synchronize them within the overall concept and style of hotel or restaurant. The multicomponent composition of hotel and restaurant products necessitates the continuation of research for reveal all their characteristics.*

Keywords: *hotel product; restaurant product; tourist destination; material environment service; hospitality atmosphere.*

JEL classification: *L830*

Постановка проблемы в общем виде. Гостиничный и ресторанный бизнес выполняют важные экономические и социальные функции и являются органичными компонентами сферы гостеприимства в туризме. Функционирование современной туристической отрасли, развитие ее потенциала невозможно без предприятий гостиничного и ресторанного дела, которые занимают ведущее место в этой сфере. Именно их продукты в первую очередь воспринимаются туристами и оказывают существенное влияние на общие впечатления от туристической поездки. В этой связи актуальной научной задачей является проведение комплексных исследований продуктов предприятий гостиничного и ресторанного бизнеса, поскольку без них невозможно обеспечить повышение их качества.

Анализ исследований и публикаций последних лет. Изучение научной литературы по поставленной проблеме свидетельствует об активном интересе экономистов маркетологов к вопросам формирования гостиничного и ресторанного продуктов, которые являются основным элементом комплекса маркетинговых средств предприятий, предоставляющих услуги туристам.

Результаты соответствующих исследований представлены в работах Ф. Батла, Д. Лундберга, Д. Уолкерта, Р. Вакуленко, Э. Кочурова, С. Хмыровой и других ученых. Взгляды авторов относительно структуры перечисленных продуктов свидетельствуют об отсутствии единого подхода к трактовке ее отдельных элементов.

Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы. Несмотря на возросшее внимание экономистов и маркетологов к проблемам гостиничного и ресторанного хозяйства,

многие актуальные вопросы их деятельности не получили достаточного освещения в специальной литературе. Актуальным и недостаточно разработанным направлением исследований в этой области является проведение сравнительного анализа структур гостиничного и ресторанного продуктов.

Постановка задания. Целью статьи является исследование сущности и особенностей гостиничного и ресторанного продуктов, сравнение их основных элементов и разработка рекомендаций по совершенствованию их позиционирования на национальном и международном рынках.

Изложение основного материала исследования. Производственные процессы в двух основных видах туристической деятельности – гостиничном и ресторанном бизнесе имеют специфический характер. Они выполняются как набор определенных операций, который приводит к созданию соответствующих продуктов. Продукт является, в принципе, маркетинговой категорией и связан со свойством полезности для потребителя, сообразно с его специфическими требованиями и мотивациями. Следовательно, реализация продуктов гостиничной и ресторанной деятельности зависит от их эластичности и приспособляемости, что связано с необходимостью управления их структурой и комплексностью. В этой связи целью настоящего исследования является сравнение структур двух основных видов туристической деятельности. Соответствующие выводы представляют собой точку зрения исключительно автора статьи.

По словам Фрэнсиса Батла, гостиничные и ресторанные продукты представляют собой набор возможностей для удовлетворения или неудовлетворения спроса на услуги гостиничного и ресторанного хозяйства в следующих направлениях: физиологическом, экономическом, социальном, психологическом [1, с.189]. Указанная полезность – это цель реализации гостиничной и ресторанной продукции, которая достигается сочетанием определенных компонентов, характерных для каждого вида туристической деятельности. Без особого углубления в данную проблему, можем пока обобщить, что категория «продукт» применительно к гостиничному и ресторанному делу может рассматриваться и изучаться в двух направлениях:

1. С точки зрения клиента, который покупает возможности для проживания, отдыха, развлечения, питания, социальных контактов, спа и оздоровительных процедур и т. д.
2. С точки зрения первичных производителей в сфере туризма, которые организуют производство и материализуют заявленные потребности людей.

В настоящем исследовании продукты будут представлены и проанализированы со второй точки зрения, поскольку они характеризуют суть этих двух видов деятельности. Естественно, гостиничные и ресторанные продукты в результате производственной деятельности организаций не изолированы, а неразрывно связаны в сознании клиента, что и является целью их создания и реализации.

Гостиничный продукт не ограничивается только условиями отдыха, проживания и удовлетворением ряда дополнительных потребностей. По мнению большой группы авторов, он имеет сложную структуру. В своем составе, помимо материальных условий отдельных объектов, он включает и туристические ресурсы разного характера, как «сырье» и основу для своего формирования. Это связано с территориальной определенностью гостиничного хозяйства и его ролью как «объединителя» ресурсов и потребителей соответствующих услуг. Без гостиничного продукта туристические ресурсы невозможно оценить, даже если они чрезвычайно ценны: «Без гостиниц, нет туризма» [2, с.36]. Через средства размещения и их тарифы, ресурсы входят в туристическое предложение, придавая ему экономический и социальный статус. Благодаря этому они могут конкурировать с остальной частью туристического рынка. Поэтому мы твердо поддерживаем мнение о том, что туристические ресурсы являются элементом гостиничного продукта. Кроме того, в его состав входит гостиничная суперструктура и принадлежащая ей инфраструктура. Все это в комплексе может гарантировать туристу комфортные условия для проживания и пребывания.

Гостиничная суперструктура на макроуровне включает все средства проживания в данной туристической зоне, а на микроуровне представляет собой собственно здание гостиницы с его стилем, дизайном, архитектурой, помещениями, функциональными связями между ними, оборудованием и мебелью. Эта материальная среда, построенная, оптимизированная и управляемая его владельцами и менеджерами, создаёт наиболее подходящие условия для потребления туристом основной услуги – проживания, а также множества других дополнительных услуг. Потребление этих услуг, кроме материальных элементов (гостиничного номера, общих помещений, плавательного бассейна, спортивного центра и т. д.), требует «... вводить в движение не только материальные, но и трудовые факторы» [3, с.20]. Поэтому в качестве третьего компонента целесообразно добавить персонал гостиницы, его структуру, технологии обслуживания, организацию рабочего процесса или в целом человеческую среду. Несмотря на внедрение современных технологий, роль человеческой среды в сфере гостиничного хозяйства возрастает. Это связано с персонализацией обслуживания, более гуманистическим отношением к клиенту и всему производственному процессу в результате появления новых идей. В целом, в гостиничном хозяйстве наблюдается интересное переплетение материальной и человеческой среды внутри собственно продукта, а также между ними и туристом в рамках его потребления. Как результат этого взаимодействия появляется четвертый элемент гостиничного продукта, а именно – атмосфера.

Об атмосфере в гостиничном деле заговорили в 80-е годы 20-го века. Однако немногие авторы включают ее в состав гостиничного продукта, большинство рассматривают её просто как некую характеристику продукта. Считаем, что атмосфера – это важный элемент гостиничного продукта, хотя она и носит нематериальный характер и, в отличие от других трех компонентов, не имеет конкретных измерений. Её можно описать как этическую, гостеприимную, праздничную, деловую и т. д. и она не всегда является положительной категорией, т. е. она может быть и безразличной, удручающей, безличной, отталкивающей клиентов. Она воспринимается клиентом на сознательном и подсознательном уровне – «ощутимый эффект является результатом воздействия на чувства и восприятие, но неосязаемость её трудно измерить» [4, с.197]. С нашей точки зрения, атмосфера является иррациональной величиной, при этом она формируется как наложение, накопление характеристик других трех элементов. Воздействие оказывает как материальная среда с её дизайном, стилем, освещением, звуком, запахом, конфигурацией и сочетанием перечисленных компонентов, так и поведение персонала, качество и эффективность обслуживания клиентов. Атмосфера создает идентичность продукта, она дифференцирует предложение гостиничных услуг и в значительной степени является основой для имиджа гостиницы.

Следует отметить, что степень, в которой материальные элементы могут создать неосязаемую подходящую атмосферу, зависит от качества архитектуры и дизайна гостиницы и, конечно же, уровня менеджмента. Для атмосферы нет стандартов, это – «набор неписаных правил, которые влияют на психологию клиента и формируют контингент объекта» [5, с.37]. Как результативная величина она могла бы быть использована в качестве основы для формирования «продуктового единства» в разнородной структуре гостиничного продукта. На наш взгляд, его элементы взаимозависимы и взаимосвязаны, но их неоднородность часто приводит к отсутствию общности, что является одной из причин неудачного позиционирования и реализации гостиничного продукта. На практике необходимо создавать условия для управления оптимальным сочетанием между упомянутыми различными элементами, которые часто заложены в франчайзинговых продуктах гостиничных сетей и являются мотивом для присоединения к ним отдельных субъектов гостиничного бизнеса. Тем не менее, для каждого отдельного заведения существует уникальная комбинация элементов его продукта.

Перейдем теперь к анализу структуры ресторанного продукта. Из определения ресторанного дела в туризме можем заключить, что его продукт существует в двух основных

формах: 1. Как комплексный, часть гостиничного. 2. Как индивидуальный, производимый самостоятельными предприятиями ресторанного обслуживания [6].

Независимо от комплексности, кулинарный продукт, несмотря на то, как он структурирован, несомненно считается первым основным элементом ресторанного продукта, который является реальным визуальным результатом работы предприятия питания. Логично, что это утверждение поддерживается многими авторами [2; 4; 6]. Каждая концепция основывается на определенном ассортименте продуктов и напитков, предназначенных для удовлетворения основных, биологических потребностей человека. Производственные и складские помещения предприятия общественного питания, а также машины, оборудование и труд персонала кухни участвуют в создании кулинарной продукции. Они сочетаются по определенной схеме для достижения конечного результата.

Следовательно, указанные элементы сами по себе не могут являться частью ресторанного продукта, они включаются косвенно через характеристики созданных изделий. После изготовления кулинарный продукт должен быть реализован и потреблен, что и происходит в определенной материальной среде, а именно, в торговом зале, с элементами которого (дизайн, конфигурация посадочных мест, цветовое решение, освещение, музыкальное сопровождение и т. д.), клиент напрямую взаимодействует. Без этого не может продаваться даже самый совершенный кулинарный шедевр, поскольку он служит центром, ядром всех операций на предприятии ресторанного обслуживания, создает социальную среду и влияет на осязаемое и неосязаемое восприятие клиента. Поэтому, вторым элементом продукта ресторана, является торговый зал со всеми его характеристиками. Его мы могли бы также определить как материальную среду, в которой осуществляется реализация ресторанного продукта при непосредственной связи с клиентом.

Наличие кулинарного продукта и материальной среды недостаточно для реализации услуги ресторана. Блюда и напитки должны быть выбраны, а затем «доведены» до потребителя, то есть должен иметь место процесс обслуживания. Он включает в себя персонал в торговом зале, а также операции, выполняемые им в определенной последовательности в соответствии с заранее выбранной схемой или, другими словами технологией обслуживания. Предоставление и потребление кулинарного продукта осуществляется путем обслуживания, а удовлетворение нематериальных потребностей клиентов достигается посредством предоставления дополнительных услуг [7, с.24].

Поэтому основной услугой в ресторанном деле является обслуживание клиентов при потреблении кулинарного продукта, а дополнительными – разнообразные другие услуги, которые могут быть классифицированы в соответствии с различными признаками. Все вышесказанное дает основание в качестве третьего элемента ресторанного продукта ввести персонал в торговом зале. Имеется в виду количество, структура, квалификация и технология обслуживания, которые можно охарактеризовать как человеческую среду в заведении ресторанного хозяйства, с которой потребитель также непосредственно взаимодействует. А она, в свою очередь, взаимодействует с материальной средой. Как и в гостиничном бизнесе, в ресторанном продукте существует интересное переплетение между материальной и человеческой средами, а также с клиентами – в рамках потребления услуги. Поведение и профессиональные навыки персонала первой линии во многом формируют имидж заведения ресторанного хозяйства и являются важным фактором успеха ресторанного продукта.

Представленная структура имеет гетерогенную природу, каждый отдельный элемент которой, может иметь превосходное качество, но цель рестораторов должна состоять в том, чтобы объединять их все наиболее подходящим образом. Ресторатор должен «синхронизировать продукт, а не разделять его на отдельные компоненты» [7, с.24], он должен быть подчинен общей концепции и стилю предприятия ресторанного хозяйства. Прежде всего, кулинарный продукт должен имеет соответствующую консистенцию, вкус, запах, температуру, оригинальность; материальная среда должна создавать наилучшие условия для реализации и доставки блюд, напитков и дополнительных услуг. Для комфорта

потребителей должны быть правильно подобраны параметры персонала с тем, чтобы соответствовать двум другим элементам продукта и характеру спроса.

Указанные три элемента со всеми их характеристиками, объединенными, как и в гостиничном деле, создают четвертый элемент продукта ресторана – атмосферу. С. Хмырова уточняет, что атмосфера является комплексным понятием и зависит от общей деятельности заведения питания, она связана с эмоциональным восприятием обстановки, но может быть диаметрально противоположной по впечатлению клиентов. Эмоциональные восприятия зависят от дизайна интерьера, музыки, света, поведения остальных посетителей и даже посуды [8, с.130]. Управление атмосферой представляет собой организацию всех перечисленных элементов в соответствии с концепцией заведения питания. «Каждое учреждение должно показать свою историю, объяснить как формируется его собственный стиль, с особым акцентом на сочетание звука, цвета, света и т. д., конечно, содержимое тарелки» [7, с.24]. Высказанные мнения убедительно показывают роль атмосферы для успеха ресторанов, но по отношению к ней «нет рецепта», её трудно определить и соответствующим образом управлять.

Каждый компонент из перечисленных элементов ресторанного продукта, как и гостиничного, имеет одинаковое значение для формирования атмосферы, но только в синхронизации с остальными. Разумеется, следует также обратить внимание на особенности и предпочтения отдельных целевых групп, поскольку восприятие атмосферы не является однозначным.

На основе приведенных выше соображений, можно провести сравнение структур двух основных видов продуктов в туристической практике. Оно представлено в табл. 1.

Таблица 1

Структура гостиничного и ресторанного продуктов (разработано автором)

Элементы гостиничного продукта	Элементы ресторанного продукта
Туристские ресурсы	Кулинарный продукт
Материальная среда	Материальное обслуживание
Человеческая среда	Человеческая среда обслуживания
Атмосфера	Атмосфера

Как видно из табл. 1, различия между указанными продуктами наблюдаются по отношению к первому элементу и частично к следующим двум. Лишь атмосфера входит полноценным компонентом в состав обоих рассматриваемых продуктов. В целом же, можно сделать вывод, что ресторанный продукт является более эластичным, чем гостиничный, потому что именно второй элемент имеет стабильный характер, который позволяет быстрее адаптироваться к динамике спроса и инновациям. В то же время гостиничный продукт имеет решающее значение для состояния и развития туристических территорий.

Выводы и перспективы дальнейших разработок. На основании проведенных исследований можно сделать вывод, что как гостиничный, так и ресторанный продукты, предназначенные для потребления туристами, имеют определенную структуру. Несмотря на наличие общих и специфических характеристик данных продуктов, важным для руководителей гостиниц и ресторанов должно быть стремление объединять и синхронизировать их отдельные элементы в рамках общей концепции и стиля гостиницы или ресторана. Многокомпонентный состав гостиничного и ресторанного продуктов вызывает необходимость продолжения исследований для раскрытия всех их характеристик. Это позволит, в свою очередь, произвести правильное позиционирование данных продуктов на национальном и международном рынках.

Литература

1. Battle Fr. *Loading and food service marketing.* London : Cassel, 2003. P. 325.

2. Lundberg D. *The hotel and restaurant business.* NY : Van Reinhold, 2004. P. 418.
3. Dumoulin Chr., Flipo J. P. *Entreprises of-sept facteurs clefs for reuse.* Paris : Les editions d'organization, 1991. P. 168.
4. Walker D. *Introduction to hospitality.* N. Jersey : Prentice Hall, 2005. P. 318.
5. Вакуленко Р., Кочуров Э. *Управление гостиничным предприятием.* М. : Логотипы, 2010. С. 355.
6. Дъбева Т. *Хотелиерски и ресторантьорски франчайзинг.* Варна : Наука и икономика, 2013. С. 250.
7. Soubelet I. *L'atmosphere. Néorestauration.* Vol. 426, 2006. P. 336.
8. Хмырова С. Ресторанный маркетинг. М. : Юнити, 2010. С. 455.

References

1. Battle, Fr. (2003). *Loading and food service marketing*, Cassel, London, p. 325.
2. Lundberg, D. (2004). *The hotel and restaurant business*, Van Reinhold, NY, p. 418.
3. Dumoulin, Chr., Flipo, J. P. (1991). *Entreprises of-sept facteurs clefs for reuse*. Les editions d'organization, Paris, p. 168.
4. Walker, D. (2005). *Introduction to hospitality*, Prentice Hall, N. Jersey, p. 318.
5. Vakulenko, R., Kochurov, E. (2010). *Hotel enterprise management* [Upravlenie gostinichnym predpriyatiem], Logotipy, Moskva, s. 355 [in Russian]
6. Дъбева, Т. (2013). *Хотелиерски и ресторантьорски франчайзинг*, Наука и икономика, Варна, s. 250.
7. Soubelet, I. (2006). *L'atmosphere. Néorestauration*, vol. 426, p. 336.
8. Khmyrova, S. (2010). *Restaurant marketing* [Restorannyy marketing], Yuniti, Moskva, p. 455 [in Russian]

Статья поступила в редакцию 17.07.2018. Принята к публикации 02.08.2018.

УДК 656:004.9

Olga KATERNA
PhD in Economics, Associate Professor, Department of Management of Foreign Economic Activity of Enterprises, National Aviation University, Ukraine, e-mail: satalkina@ukr.net, olgakaterna@gmail.com, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-6307-8767

RESEARCH METHODOLOGY OF TRAFFIC FLOW AND INFRASTRUCTURE OBJECTS INTELLIGENT MANAGEMENT

Katerna, O. (2018). Research methodology of traffic flow and infrastructure objects intelligent management. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Metodolohiia doslidzhennia intelektualnoho upravlinnia transportnymy potokamy ta obiektamy infrastruktury; za red.: M. I. Zvieriakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; Vìsnik socìal'no-ekonomìčnih doslìdžen' (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 3 (67), pp. 80–90.

Abstract. *The article presents the main approaches to the research of intelligent traffic management and infrastructure facilities. The aim of research is theoretical and methodological foundations development, and also the practical recommendations development in the intelligent management field of transport flows and infrastructure objects. The conceptual elements of intellectual management methodology are investigated. The notion of intellectual management methodology is clarified. The approaches to the transport and of infrastructure objects intelligent management at the micro-, meso- and macrolevel are considered. The conceptual elements of intellectual management methodology are generalized, which it allowed to combine into a whole the philosophy, ideology, strategy, methodology, technologies into a management system, which forms the methods, ways and tools of traffic flows and infrastructure objects management. With the aim to ensure the sustainable development of intellectual transport management, the formation expediency of an individual system of principles is justified. The author proposed to consider of intellectual management through the prism of value, system, process and result. The conceptual elements of intellectual management methodology are analyzed. Methodological and conceptual approaches of traffic flows and infrastructure facilities intelligent management have allowed us to develop a scheme for intelligent management implementation at the transport enterprise. The developed stages of intellectual system modeling at the transport enterprise allow, taking into account the system approach principles, accepted backgrounds and general concept of traffic flows and infrastructure objects intelligent management, to determine the main set of elements of a modeling system, to establish relationships between them, to ensure consistency and to increase the reliability of management decisions.*

Keywords: *intelligent management; intelligent transport systems; methods; management methodology; transport.*

Ольга Костянтинівна КАТЕРНА
кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств, Національний авіаційний університет, Україна, e-mail: satalkina@ukr.net, olgakaterna@gmail.com, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-6307-8767

МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ ТРАНСПОРТНИМИ ПОТОКАМИ ТА ОБ'ЄКТАМИ ІНФРАСТРУКТУРИ

Катерна, О. К. Методологія дослідження інтелектуального управління транспортними потоками та об'єктами інфраструктури // 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. № 3 (67). С. 80–90.

Анотація. *У статті представлено основні підходи до проведення дослідження інтелектуального управління транспортними потоками та об'єктами інфраструктури. Метою дослідження є розвиток теоретичних і методологічних основ, а також розробка практичних рекомендацій в області інтелектуального управління транспортними потоками та об'єктами інфраструктури. Досліджено концептуальні елементи методології інтелектуального управління. Уточнено поняття методології інтелектуального управління. Розглянуто підходи до інтелектуального управління транспортом і об'єктами інфраструктури на мікро-, мезо- та макрорівні. Узагальнено концептуальні елементи методології інтелектуального управління, що дозволило об'єднати в єдине ціле філософії, ідеології, стратегії, методології, технологій в систему управління, яка формує методи, способи і інструменти управління транспортними потоками та об'єктами інфраструктури. З метою забезпечення сталого розвитку інтелектуального управління на транспорті обґрунтовано доцільність формування індивідуальної системи принципів. Автором запропоновано розглядати інтелектуальне управління через призму цінності, системності, процесу та результату. Проаналізовано*

 © KATERNA O.K., 2018

концептуальні елементи методології інтелектуального управління. Запропоновані методологічні та концептуальні підходи інтелектуального управління транспортними потоками та об'єктами інфраструктури дозволили розробити схему впровадження інтелектуального управління на транспортному підприємстві. Розроблені етапи моделювання інтелектуальної системи на транспортному підприємстві дозволяють з урахуванням принципів системного підходу, прийнятих передумов і загальної концепції інтелектуального управління транспортними потоками та об'єктами інфраструктури, визначити основний набір елементів системи моделювання, встановити взаємозв'язки між ними, забезпечити узгодженість і підвищити надійність прийнятих управлінських рішень.

Ключові слова: *інтелектуальне управління; інтелектуальні транспортні системи; методи; методологія управління; транспорт.*

Ольга Константиновна КАТЕРНАЯ
кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности предприятий, Национальный авиационный университет, Украина,
e-mail: satalkina@ukr.net, olgakaterna@gmail.com, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-6307-8767

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ ТРАНСПОРТНЫМИ ПОТОКАМИ И ОБЪЕКТАМИ ИНФРАСТРУКТУРЫ

Катерная, О. К. Методология исследования интеллектуального управления транспортными потоками и объектами инфраструктуры // 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. № 3 (67). С. 80–90.

Аннотация. *В статье представлены основные подходы к проведению исследования интеллектуального управления транспортными потоками и объектами инфраструктуры. Целью исследования является развитие теоретических и методологических основ, а также разработка практических рекомендаций в области интеллектуального управления транспортными потоками и объектами инфраструктуры. Исследованы концептуальные элементы методологии интеллектуального управления. Уточнено понятие методологии интеллектуального управления. Рассмотрены подходы к интеллектуальному управлению транспортом и объектами инфраструктуры на микро-, мезо и макроуровне. Обобщены концептуальные элементы методологии интеллектуального управления, что позволило объединить в единое целое философии, идеологии, стратегии, методологии, технологий в систему управления, которая формирует методы, способы и инструменты управления транспортными потоками и объектами инфраструктуры. С целью обеспечения устойчивого развития интеллектуального управления на транспорте обоснована целесообразность формирования индивидуальной системы принципов. Автором предложено рассматривать интеллектуальное управление через призму ценности, системности, процесса и результата. Проанализированы концептуальные элементы методологии интеллектуального управления. Предложенные методологические и концептуальные подходы интеллектуального управления транспортными потоками и объектами инфраструктуры позволили разработать схему внедрения интеллектуального управления на транспортном предприятии. Разработанные этапы моделирования интеллектуальной системы на транспортном предприятии позволяют с учетом принципов системного подхода, принятых предпосылок и общей концепции интеллектуального управления транспортными потоками и объектами инфраструктуры, определить основной набор элементов системы моделирования, установить взаимосвязи между ними, обеспечить согласованность и повысить надежность принятых управленческих решений.*

Ключевые слова: *интеллектуальное управление; интеллектуальные транспортные системы; методы; методология управления; транспорт.*

JEL classification: *F200; L860; L900; O100; R410*

1. Introduction

In the world scientific community there is a constant interest to improving and developing a new technologies and control systems for transport on the basis of intelligent systems. Improvement both existing and new approaches, paradigms and algorithms (methods) formation of intelligent management is inextricable connection with scientific and technological progress, including the «intelligent» systems.

With the expansion of information systems and technologies in all sectors of the country's economy, including socio-cultural, which include transport, intelligent transport systems becoming increasingly important. The basis of intelligent management is use of intelligent systems that have emerged as a means of overcoming a number of information barriers and that allow you to obtain results that are not typical of conventional information systems.

The object of research is the methodology of intelligent management of traffic flows and objects of infrastructure.

The modern paradigm of management in the transport sector involves the use of innovative developments, which leads to the need to study the conceptual elements of the methodology of intelligent management.

The paradigm shift in innovation and technological development at a new stage determines the relevance of research into theoretical, methodological and practical problems of the interconnected development of the science of intelligent management and innovation in order to search for optimization and to improve the efficiency of management of transport flows and objects of infrastructure.

The use of intelligent systems in transport is primarily systemic changes aimed at providing various innovative services on various modes of transport, achieving sustainable mobility through increased efficiency, safety and environmental compatibility of transport. Research of the methods in the field of intelligent transport management for Ukraine can be considered, on the one hand, adaptation to foreign experience, on the other hand – the product of its own intelligent resources.

The aim of the research is development of theoretical and methodological foundations, as well as development of practical recommendations in the field of intelligent management of transport flows and objects of infrastructure.

To achieve the goal of study, the following scientific objectives have been identified:

1. Conduct an analysis of modern approaches in the field of methodology of intelligent management.
2. Form the basic elements of intellectual management, taking into account the complexity and dynamism of knowledge and process of management of transport flow and objects of infrastructure.
3. Identify the stages of intelligent management modeling in the enterprise.

During the execution of the research general scientific and special research methods were applied:

– analysis and synthesis – research of the modern paradigm of intelligent management; the formation of background, principles, approaches, levels, aspects and methods in the overall system of conceptual elements of the methodology of intelligent management. The combination of methods of analysis and synthesis ensured a systematic approach to the analysis of complex objects of research;
– system analysis – research of practical problems of intelligent management in transport associated with the creation of new and modernization of existing systems. Allowed to consider intelligent management as a system, to determine the connections between its elements.

2. Analysis of research and publications of recent years

In modern native and foreign economic and technical literature, emphasis on a problem is paid to the management of complex systems based on intelligent systems.

So, the works of such scientists is worth noticing: V. M. Markelov, I. V. Solovyov, V. Ya. Tsvetkov (2014) [1], Ye. Yu. Kandrashin, L. V. Litvintseva, D. A. Pospelov (1989) [2], V. I. Donsky (2014) [3], D. O. Novikov (2011) [4], V. V. Glushchenko, I. I. Glushchenko (2009) [5; 6], Yu. M. Plotinsky (1998) [7], V. V. Skalozub, V. M. Ilman (2013) [8], M. G. Mamedova, F. R. Mamedzade (2015) [9], A. B. Ponomarev and E. A. Pikuleva [10] etc.

Mentioned above field of research, as specialists note, currently is one of the most promising and popular, first of all, from a concrete practical point of view – how to manage transport flows and objects of infrastructure and how to organize their interaction in order to increase the efficiency and competitiveness of the enterprise.

3. Problem description

The problems of the research methodology are timely for any science, especially in the modern world, when in connection with scientific and technical breakthroughs and the emergence of artificial intelligence. Scientists have to solve both complex tasks and design mechanisms for their solution.

Argument, that the interest of modern science to the problems of methodology is particularly great, is the fact of the emergence of a special branch of knowledge within philosophy, namely logic and methodology of scientific research: D. O. Novikov (2011) [4], Yu. M. Plotinsky (1998) [7], V. V. Glushchenko, I. I. Glushchenko (2009) [5; 6], V. V. Skalozub, V. M. Ilman (2013) [8] and others.

On the one hand, today in the scientific literature the questions of the methodology of scientific activity (the methodology of scientific research) of enterprise management are fully considered [4; 5; 8], and on the other hand the questions of the methodology of intelligent management are not sufficiently disclosed.

4. The main material research

Before talking more specifically about methods of intelligent management, it is necessary to clarify what is generally meaning by methodology.

Management methodology is a logical scheme of management activity, providing for an interrelated understanding of goals, tasks, and also the means and ways to achieve them. It is also the ability to see, recognize, understand, evaluate and consider addictions, and reveal the content of problems, and suggest ways to solve them. Thus, management methodology is a doctrine of the organization of management activities, that is, the activities of entities that manage other subjects or objects [4, p.16].

Specialists identify the following components that characterize the content of management methodology: approaches, paradigms, problems, priorities, benchmarks, criteria, alternatives, selection procedures, means and methods of management, and limitations.

Ponomarev A.B. and Pikuleva E.A. presented methodology as a doctrine of the structure of a logical organization, methods and means of activity (the doctrine of the construction principles, forms and methods of research activity) [10, p.24].

Methodology of science, in their opinion, gives a description of the components of scientific research – its object, the subject of analysis, the task of research (or problem), the totality of research of the means necessary for solving this type of problem, and also forms an idea of the sequence of the movement of the research in the process of accomplishing the task. The most important in methodology is the statement of the problem, the construction of the research subject, the construction of the scientific theory, and also the verification of the result obtained from the point of view of its truth.

Markelov V. M., Solovyov I. V., Tsvetkov V. Ya. (2014) argue that more development of the management methodology has occurred mainly in three areas: the expansion of classes and types of optimal control tasks, the complexity of management systems, the integration of previously qualitatively different management methods into a single complex [1, p.42]. One has to agree with the point of view of scientists, the modern integration of various management methods into a single complex with the growth of complexity and information volumes is possible only with the use of intelligent systems.

The developments of telematics and information technology have an impact on the use of new methods for managing transport flows and objects of infrastructure. The space technologies development has an impact on the appearance of methods of navigational monitoring, which, as noted by I. V. Solovyov, V. Ya. Tsvetkov in their work [11], require the use of intelligent solutions. Scientists note that intelligent management is effectively implemented only in the information space, aims to create an information environment in the transport sector, which allows efficient and in a timely manner control of transportation and traffic safety.

Donskoy V. I. writes that intelligent management is an interesting field of application of theoretical cybernetics in modern information systems [3, p.22]. Mathematical methods applied in problems of intelligent management are determined, basically, by the nature of the control object and the environment – their features and complexity. Complexity of controlled objects can be so high that direct application of some mathematical methods becomes practically impossible. If, in addition, there is an uncertainty of the initial information available for the development of control actions, then mathematical methods that allow such uncertainty are required, and this is the methods of artificial intelligence: learning, knowledge management, recognition, prediction. In all cases, to any extant, applications of (probably specific) optimization methods will be required.

Novikov D. O. in his scholarly research [4, p.7] proposes the following «scheme of management methodology»:

1. Characteristics of management activities: its features and principles.
2. Logical structure of management activity, including: entity, objects, subject, forms, means, methods and result of management activity.
3. Temporary structure of management activities – its phases, steps and stages.

Glushchenko V. V., Glushchenko I. I. [6, p.14] distinguish the following principles of the management methodology:

– on the management of the object is influenced by the systematic nature of the research (external and internal) factors;
– to maximization of the effect and/or the minimization of costs and risks is influenced by the orientation of the management process;
– objectivity and impartiality of assessments of financial management conditions and their trends in the future;
– honesty of carrying out and interpretation of the results of a financial management study (subject, object, process, financial result);
– the practical applicability of methodological results in technologies and management systems;
– the effectiveness of methodological research is defined as the requirement that the expenditure of resources on methodological research in management should pay off (additional profit, a reduction in the costs of resources, risks, etc.) received management results etc.

In the scientific research «Improvement of philosophy and methodology of science, management and prognostication: the paradigm of intelligent management», authors V. V. Glushchenko, I. I. Glushchenko under the paradigm of intelligent management, understand the systemic (i.e., harmonious) unification of philosophy, ideology, politics, strategy, tactics, methodology, technologies and management systems into a single whole, which forms methods, methods and tools for managing a particular object under given conditions [5, p.26].

Based on research studies devoted to this problem, the author has identified the following conceptual elements of the methodology of intelligent management, presented in Fig. 1.

– suppositions of the emergence of this area of management;
– methodological approaches to the analysis of the field of intelligent management;
– levels of intelligent management;
– the basic principles of intellectual activity and its aspects, which take into account the complexity and dynamism of knowledge and the management process;

– aspects of intelligent management;
– methods of intelligent management.

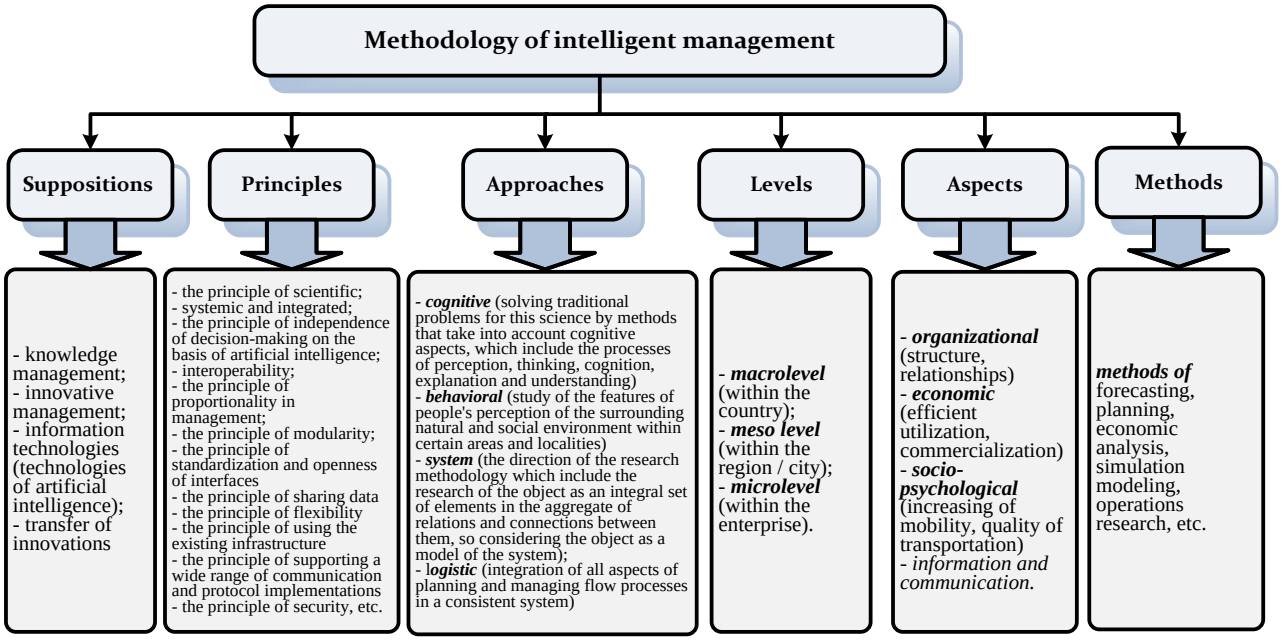


Fig. 1. Conceptual elements of the methodology of intelligent management
Source: [developed by author]

It is necessary to consider the concept of transport intelligent management and objects of infrastructure at various levels:

1) transport management at the micro level is appropriate:
   – transport management systems at the level of an individual enterprise (cars, aircrafts, trains, etc.);
2) at the mesolevel under the management is considered:
   – management of individual transportation hub and terminals, which coordinate the work of many transport enterprises / institutions (airport, bus station, railway port, seaport, etc.);
   – maintenance of individual transport networks (channels, pipelines, waterways, etc.);
3) at the macro level, management includes:
   – transport management as a national economy / economy sector (investment in the industry, industry development, support of safety standards, etc.);
   – management of transport infrastructure.

Thus, depending on the scale of the research, intelligent management acquires its own specific features. The most difficult direction is the macrolevel, however, without effective management at the microlevel, one cannot speak of the possibility of constructing a properly functioning macrosystem. Within certain areas of intellectual management, we can identify a specific specificity, depending on the mode of transport and other approaches to their classification.

The principles reflect the requirements for intelligent management. Ensuring the sustainable development of intelligent management on transport is possible if the following basic principles are observed:

– The principle of complexity assumes a solution by one system or its component of the most possible range of tasks. This principle determines the optimal organization of ITS.
– The principle of architectural unity of local projects determines the requirement to develop local ITS projects on the basis of the National Architecture and thereby reduces the costs required for the deployment of the first stage systems and increasing of their capabilities, including through the integration of systems.

- The principle of interoperability requires the provision of automatic interaction of local ITS operating in one or the neighboring territories, as well as on-board telematic terminals with systems serving different territories. An important component of interoperability is the ability to increase the capabilities of the system.
- The principle of modularity. The functionality of the user services must be distributed among the modular components in order to increase reliability, provide scalability and accommodate different needs.
- The principle of standardization and openness of interfaces. User interfaces should be standardized.
- Principle of data sharing by components of ITS subsystems. Data availability is provided through the functionality of database services that support data sharing.
- The principle of flexibility in system projects and operations ensures compliance with regional preferences. For example, systems can support both centralized and distributed traffic control strategies to provide different benefits and existing infrastructures.
- The principle of using the existing infrastructure ensures the use of already deployed systems and their components.
- The principle of supporting a wide range of communication facilities and protocol implementations. The ITS architecture should include a communication subsystem that isolates communication applications from another part of the architecture.
- The principle of portability of ITS technical solutions, primarily their software, is realized by minimizing the dependence of systems on a particular hardware implementation.
- The principle of ITS security is realized through delineation of access to data, user authentication, depersonalization of data (if it is necessary), adoption of organizational, technical and other measures for protecting information;
- The principle knowledge elicitation and use of new discoveries requires the accumulation of information on the movement of vehicles, their constant analysis and the identification of regularities in order to develop and improve methods and means of optimization, as well as modeling of transport processes;
- Orientation to the domestic manufacturer requires the consideration of national transport and information security. Customers should focus on domestic solutions of similar functionality during development and implementation of ITS.

The presented principles are described in detail in the «Concept for the Development of Intelligent Transport Systems of the Russian Federation» [12], published in 2014.

An important conceptual element of the methodology of intellectual management is methods that disclose the methods that are used in organizational activities, that is, indicate how it is implemented. Solving any task of management, the methods serve the purposes of practical management, providing a system of rules, techniques and approaches that reduce the expenditure of time and other resources on goals setting and achieving.

Intelligent transport management provides for the solution of a large number of interrelated tasks, ranging from planning its activities to the future and ending with the regulation of individual work processes during the implementation of tasks. The solution of these problems is based on the application of economic, organizational, administrative and socio-psychological management methods.

Intellectual management of transportation provider in the context of practical managerial activity is a special kind of coordinating, organizing, stimulating and analytical activity carried out within the framework of the general strategy of the enterprise or the country.

Today we can already talk about the formation of a new form of management – intellectual, in other words, management based on intelligent systems and technologies. According to V. M. Markelov, I. V. Solovyov, V. Ya. Tsvetkov (2014) [1, p.43] the property of intellectuality is manifested in the following:

– obtaining operational decisions in a short space of time, during which a person is unable to develop and make a decision;
– obtaining new solutions and accumulating experience using it in the future;
– the solution of complex problems, the level of complexity of which excludes the possibility of their solution by human.

In the author's opinion, intelligent management should be considered as a system consisting of four components: value, system, process and result (Fig. 2).

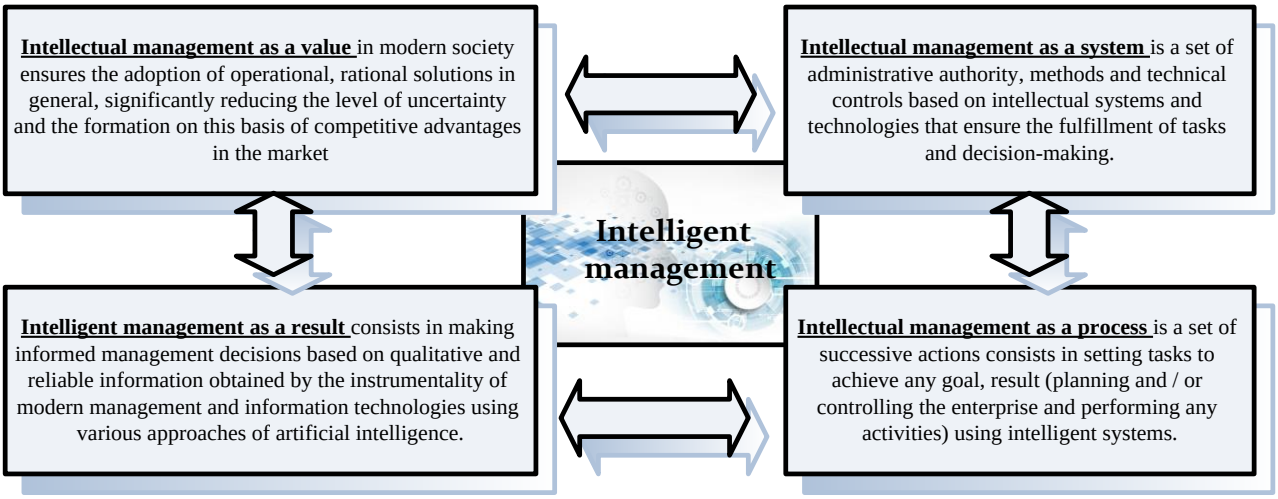


Fig. 2. Components of intelligent management
Source: [developed by author]

The process of intelligent management can be sequential, synchronous parallel, etc., with the intellectual system in most cases can independently perform the actions. In particular, the development of the program of intelligent management of the system's ability to perform is one of the essences of management.

It is known that the solution of research and technological problems requires knowledge of the subject matter, methods of conducting research. The scheme of modeling of intellectual management in the transport enterprise is giving below (Fig. 3).

Skalozub V. V. and Ilman V. M. consider that the search for numerous solutions to optimal control problems requires, as a rule, the development of a non-standard algorithm or the transformation of a task to a typical one for which standard calculation procedures exist. Therefore, algorithms for solving typical problems of optimal control should be included in intelligent transport systems [8, p.65] (transport problem, network diagram etc.). But according to international experience artificial intelligence is at the heart of intellectual management in transport [13; 14].

The author suggests considering the following stages of modeling of intelligent management in transport.

So at the first stage, the system is identified, its subject area, which follows from the consideration of the role of the subsystem. The elements of the system are determined between the communication elements of the system, the internal parameters of the system. Further, based on the system approach, external input, output factors and parameters are determined, which weigh with the system and the external environment. This allows us to investigate the properties of the system and its components. Then the state of the system, its functioning, the influence of parameters on the quality of functioning, the uncertainty of the system are examined and at the end of the first stage the existing management and the need for the organization of the intellectual are analyzed. Then the state of the system is examined, its functioning, the influence of parameters on the quality of

functioning, the uncertainty of the system, and at the end of the first stage, the existing management and the need for the organization of the intellectual are analyzed.

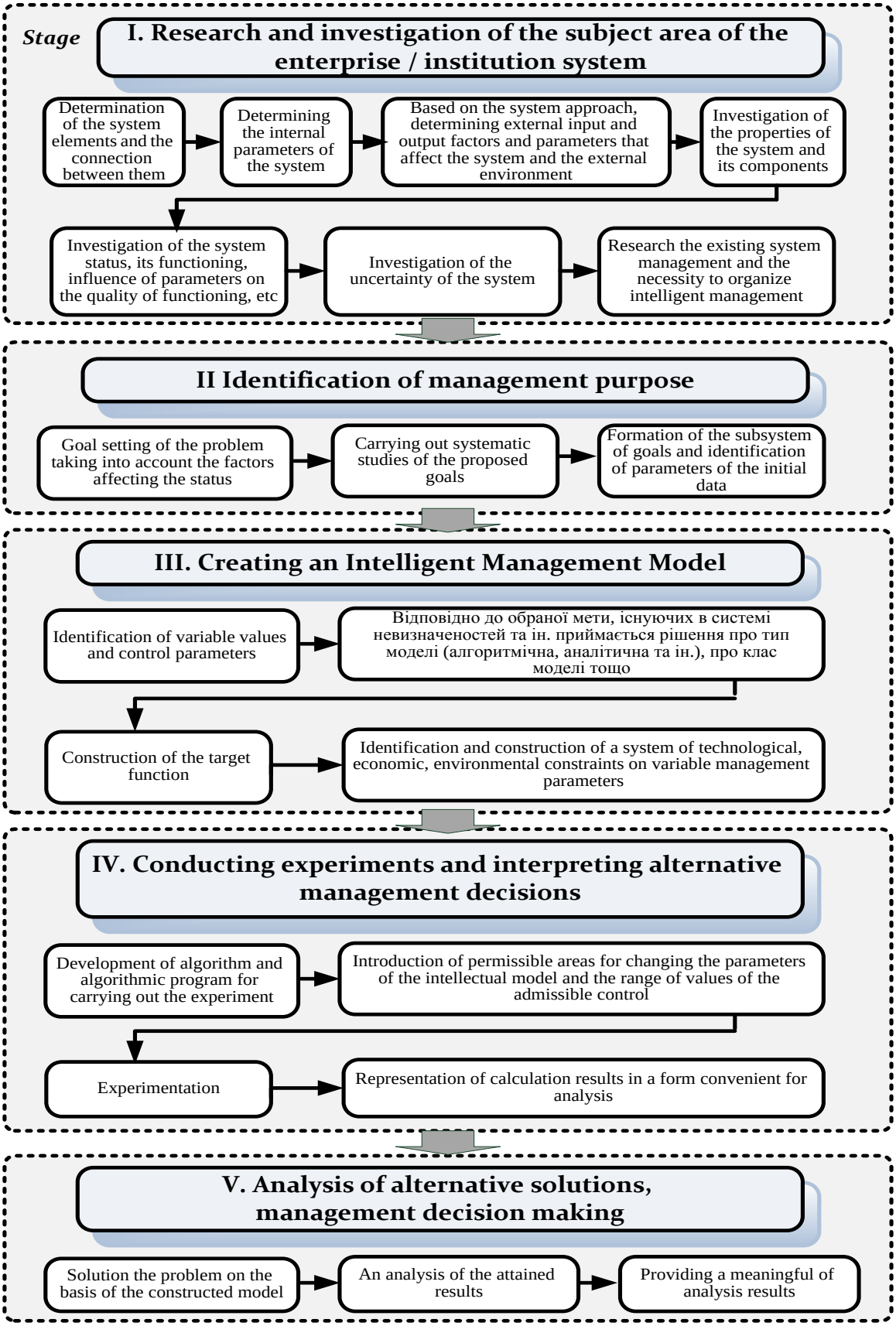


Fig. 3. The scheme of modeling of intelligent management in the enterprise

Source: [developed by author]

The second stage consists in the construction and analysis of the tree of objectives.

At the third stage, a model of intelligent management is constructed, where variables and control parameters are defined. Further, according to the chosen goal, existing in the uncertainty system, a decision is made about the type of the model (algorithmic, analytical, etc.), about the model class. This allows you to create a target function and define a system of technological, economic, environmental constraints.

The fourth stage is devoted to conducting experiments and interpreting alternative management decisions. The stage is characterized by the development of the algorithm and algorithmic program for conducting the experiment, the introduction of permissible areas for changing the parameters of the intellectual model and the range of values of permissible control, conducting experiments, and presenting the results of calculations in a form convenient for analysis.

At the last fifth stage, alternative solutions are analyzed and managerial decisions are made. To this, tasks based on the constructed model are solved, the results are analyzed and a meaningful form is given to the results of the analysis.

Using the methodology of system analysis allowed to development a principal management model of transport flows and objects of infrastructure [15; 16].

5. Conclusions

Conceptual elements of the methodology of intelligent management are presented in this scholarly paper. The described methodological and conceptual approaches to the intelligent management of transport flows and objects of infrastructure allow developing the main stages of the implementation of intelligent management in the enterprise.

Developed scheme of modeling an intelligent system in a transport enterprise allows creating a generalized model of intelligent management, and has determined the direction of future research. This determines the direction of future research.

Intelligent management is an interesting field of application of theoretical cybernetics in modern information systems. Mathematical methods that are used in problems of intelligent management are determined, basically, by the nature of the object of control and the environment – their features and complexity. Intellectual properties are essential to the functioning of intelligent transport systems. Their functioning takes place in the conditions of incompleteness, inaccuracy and uncertainty of data, as well as the multi-criterion of the decisions made, which complicates the decision-making process. Therefore, intelligent transport systems should include solution algorithms based on the use of artificial intelligence.

References

1. Markelov, V. M., Solovyev, I. V., Tsvetkov, V. Ya. (2014). *Intelligent transport systems as a management tool* [Intellektualnye transportnye sistemy kak instrument upravleniya], Gosudarstvennyy sovetnik, No. 3 (7), s. 42–48, available at: https://cyberleninka.ru/article/n/intellektualnye-transportnye-sistemy-kak-instrument-upravleniya [in Russian]
2. Kandrashina, E. Yu., Litvintseva, L. V., Pospelov, D. A. (1989). *Knowledge representation about time and space in intelligent systems* [Predstavlenie znaniy o vremeni i prostranstve v intellektualnykh sistemakh], Nauka, Moskva, 328 s. [in Russian]
3. Donskoy, V. I. (2014). *Intelligent management: a review* [Intellektualnoe upravlenie: obzor], Tavricheskiy vestnik informatiki i matematiki, No. 2, s. 14–35 [in Russian]
4. Novikov, D. A. (2011). *Management methodology* [Metodologiya upravleniya], Seriya «Umnoe upravlenie», Librokom, Moskva, 128 s. [in Russian]
5. Glushchenko, V. V., Glushchenko, I. I. (2009). *Philosophy and science methodology improving, management and prognostication: the paradigm of intelligent management:* monograph [Sovershenstvovanie filosofii i metodologii nauki, upravleniya i prognostiki: paradigma intellektualnogo upravleniya: monografiya], Glushchenko V. V., Moskva, 120 s. [in Russian]
6. Glushchenko, V. V., Glushchenko, I. I. (2009). *The paradigm of intelligent management in finance* [Paradigma intellektualnogo upravleniya v finansakh], Finansy i kredit, No. 22 (358), s. 8–17, available at: https://cyberleninka.ru/article/n/paradigma-intellektualnogo-upravleniya-v-finansah [in Russian]

7. Plotinskiy, Yu. M. (1998). *Fundamentals theoretical and empirical models of social processes* [Teoreticheskie i empiricheskie modeli sotsialnykh protsessov], Dogos, Moskva, 50 s. [in Russian]
8. Skalozub, V. V., Ilman, V. M. (2013). *Applied system analysis of transport intelligent systems* [Prikladnoy sistemnyy analiz intellektualnykh sistem transporta], Izdatelstvo Dnepropetrovskogo natsionalnogo universiteta zhelezno-dorozhnogo transporta im. V. Lazaryana, Dnepr, 221 s. [in Russian]
9. Mamedova, M. G., Mamedzade, F. R. (2015). *Development of conceptual foundations for intelligent management of supply and demand in the labor market of information technology specialists* [Razrabotka kontseptualnykh osnov intellektualnogo upravleniya sprosom i predlozheniem na rynke truda spetsialistov po informatsionnym tekhnologiyam], Vostochno-Evropeyskiy zhurnal peredovykh tekhnologiy, No. 4/3 (76), s. 53–67 [in Russian]
10. Ponomarev, A. B., Pikuleva, E. A. (2014). *Methodology of scientific research* [Metodologiya nauchnykh issledovaniy], Izdatelstvo Permskogo natsionalnogo issledovatelskogo politekhnicheskogo universiteta, Perm, 186 s. [in Russian]
11. Solovyov, I. V., Tsvetkov, V. Ya. (2014). *Information space as a management tool in the transport sector* [Informatsionnoe prostranstvo kak instrument upravleniya v transportnoy sfere], Gosudarstvennyy sovetnik, No. 2 (6), s. 58–63 [in Russian]
12. *The concept of intelligent transport systems development in the Russian Federation*. Developed in accordance with the Transport Strategy of the Russian Federation for the period until 2030, approved by the order of the Russian Federation Government, No. 1734-p, 22.11.2008 (as amended by 11.06.2014, No. 1032-p), available at: http://its-russia.ru/upload/iblock [in Russian]
13. Mizyun, V. A. (2008). *Intellectual methods of enterprise management* [Intellektualnye metody upravleniya predpriyatiem], Izdatelstvo Sankt-Peterburgskoy akademii upravleniya i ekonomiki, Sankt-Peterburg, 288 s. [in Russian]
14. Semenov, V. V. (2004). *Mathematical modeling of megacity transport streams dynamics* [Matematicheskoe modelirovanie dinamiki transportnykh potokov megapolisa], Preprinty Instituta prikladnoy matematiki im. M. V. Keldysha, Moskva, 034, 38 s. [in Russian]
15. Katerna, O. K. (2016). *Conceptual framework for the formation of the integrated intelligent transport system in Ukraine*, Economic Annals-XXI, Vol. 158, Issue 3–4 (2), s. 31–34, available at: http://soskin.info/userfiles/file/Economic-Annals-pdf/DOI/ea-V158-07.pdf. DOI: http://dx.doi.org/10.21003/ea.V158-07.
16. Katerna, O. K. (2018). *Concept formulation of intelligent management in transport* [Formuvannia kontseptsii intelektualnoho upravlinnia na transporti], Modern Economics, No. 9 (1), s. 30–42, available at: https://modecon.mnau.edu.ua/concept-formulation-of-intelligent-management-in-transport. DOI: https://doi.org/10.31521/modecon.V9(2018)-04 [in Ukrainian]

Received: 29.08.2018. Accepted: 17.09.2018.

УДК 330.31

Олександр Сергійович ЛІТВІНОВ
кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки підприємства та організації підприємницької діяльності, Одеський національний економічний університет, Україна, e-mail: litvinov_a213@ukr.net, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-1424-6904

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВІДТВОРЕННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Літвінов, О. С. Теоретичні засади відтворення інтелектуального капіталу підприємства // 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. № 3 (67). С. 91–103.

Анотація. *У статті, на основі розгляду сутності відтворення інтелектуального капіталу підприємства як процесу формування, споживання та відновлення всіх елементів інтелектуального капіталу, який розглядається не як одиничний акт, а як такий, що безперервно повторюється, було визначено особливості руху інтелектуального капіталу. Рух інтелектуального капіталу підприємства представлено на основі класичної формули кругообороту капіталу. Весь процес руху інтелектуального капіталу запропоновано розділити на три стадії: формування, споживання та відновлення інтелектуального капіталу. Обґрунтовано, що інтелектуальний капітал підприємства у процесі свого руху приймає та скидає три функціональні форми: грошову, продуктивну та товарну. Гроші, які є початковою формою інтелектуального капіталу, необхідні для здійснення інвестицій у формування, придбання, розвиток інтелектуального капіталу або для отримання його елементів у тимчасове користування (оренду), тобто для формування продуктивної форми інтелектуального капіталу підприємства. Показано, що особливістю споживання елементів інтелектуального капіталу є їх одночасне самозростання, що отримало в наукових колах назву «прозьюмеризму». Тобто інтелектуальний капітал, на відміну від матеріального, здатен до самозростання під час його споживання, що обумовлюється створенням нових знань в процесі науково-практичних досліджень й розробок. При цьому масштаб відтворення інтелектуального капіталу підприємства залежить не тільки від обсягу створення нових знань на підприємстві, але й від динаміки їх зносу під дією науково-технічного прогресу. Крім самозростання результатом другої стадії руху інтелектуального капіталу є створення інтелектуальної продукції (інтелектуальних товарів), під якою запропоновано розуміти корисний інтелектуальний результат діяльності підприємства, призначений для продажу.*

Ключові слова: *інтелектуальний капітал; відтворення; кругообіг інтелектуального капіталу; стадії відтворення; самозростання знань; інтелектуальна продукція.*

Александр Сергеевич ЛИТВИНОВ
кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики предприятия и организации предпринимательской деятельности, Одесский национальный экономический университет, Украина, e-mail: litvinov_a213@ukr.net, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-1424-6904

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ВОСПРОИЗВОДСТВА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Литвинов, А. С. Теоретические основы воспроизводства интеллектуального капитала предприятия // 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. № 3 (67). С. 91–103.

Аннотация. *В статье, на основе рассмотрения сущности воспроизводства интеллектуального капитала предприятия как процесса формирования, потребления и возобновления всех элементов интеллектуального капитала, рассматриваемого не как единичный акт, а как непрерывно повторяющийся, были определены особенности движения интеллектуального капитала. Движение интеллектуального капитала предприятия представлено на основе классической формулы кругооборота капитала. Весь процесс движения интеллектуального капитала предложено разделить на три стадии: стадии формирования, потребления и возобновления интеллектуального капитала. Обосновано, что интеллектуальный капитал предприятия в процессе своего движения принимает и сбрасывает три функциональных формы: денежную, производительную и товарную. Деньги, которые являются начальной формой интеллектуального капитала, необходимы для осуществления инвестиций в формирование, приобретение, развитие интеллектуального капитала или для получения его элементов во временное пользование (аренду), то есть для формирования продуктивной формы интеллектуального капитала предприятия. Показано, что особенностью потребления*

© ЛІТВІНОВ О.С., 2018

элементов интеллектуального капитала является их одновременное самовозрастание, получившее в научных кругах название «просьюмеризм». То есть интеллектуальный капитал, в отличие от материального, способен к самовозрастанию во время его потребления, что объясняется созданием новых знаний в процессе научно-практических исследований и разработок. При этом масштаб воспроизводства интеллектуального капитала предприятия зависит не только от объема создания новых знаний на предприятии, но и от динамики их износа под действием научно-технического прогресса. Кроме самовозрастания результатом второй стадии движения интеллектуального капитала является создание интеллектуальной продукции (интеллектуальных продуктов), под которой предложено понимать полезный интеллектуальный результат деятельности предприятия, предназначенный для продажи.

Ключевые слова: *интеллектуальный капитал; воспроизводство; кругооборот интеллектуального капитала; стадии воспроизводства; самовозрастание знаний; интеллектуальная продукция.*

Oleksandr LITVINOV
PhD in Economics, Associate Professor, Department of Enterprise Economics and Organization of Entrepreneurship, Odessa National Economic University, Ukraine, e-mail: litvinov_a213@ukr.net, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-1424-6904

THEORETICAL BASIS OF ENTERPRISE'S INTELLECTUAL CAPITAL REPRODUCTION

Litvinov, O. S. (2018). Theoretical basis of enterprise's intellectual capital reproduction. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Teoretychni zasady vidtvorennia intelektualnoho kapitalu pidpryiemstva; za red.: M. I. Zvieriakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; Vìsnik socìal'no-ekonomìčnih doslìdžen' (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 3 (67), pp. 91–103.

Abstract. *In the article, based on the consideration of reproduction essence of an enterprise's intellectual capital as a process of formation, consumption and renewal of all intellectual capital elements, which considered not as a single act, but continuously repeating, the features of intellectual capital movement are identified. Intellectual capital movement is presented as a recast of capital turnover classical formula. It is proposed to divide the whole process of intellectual capital movement into three stages: formation, consumption and renovation of intellectual capital. In the process of movement intellectual capital accepts and resets three functional forms: monetary, production and commodity form. Money which are the initial form of intellectual capital, are necessary for investments into the formation, acquisition, development of intellectual capital or to receive its items for temporary use (lease), namely for the formation of intellectual capital production form. It was shown that the consumption of intellectual capital elements has such distinction as its' simultaneous self-growth, among scientists it is called «prosumerism». It means that intellectual capital, unlike material capital, is capable of self-growth during its consumption, which is explained by the creation of new knowledge in the scientific research and development process. At the same time, the scale of intellectual capital reproduction of an enterprise depends not only on the volume of creation of new knowledge at the enterprise, but also on the dynamics of their wear under the influence of scientific and technological progress. Besides to self-growth, the result of second stage of intellectual capital movement is an intellectual products creation under which it is proposed to understand the useful intellectual result of an enterprise's activities, which is intended for sale.*

Keywords: *intellectual capital; reproduction; movement of intellectual capital; stage of reproduction; self-development of knowledge; intellectual products.*

JEL classification: *D240; J240; O340*

Постановка проблеми у загальному вигляді. На відміну від біологічного відтворення життя на Землі, питання соціального відтворення стали предметом дискусій відносно недавно. З часів неолітичної революції, коли людство перейшло від господарства яке базується на привласненні плодів природи до такого, що покликано самостійно створювати продукти діяльності, здатність людини відновлювати всі результати своєї діяльності стали основною вимогою спочатку її виживання, а згодом і процвітання.

Соціальне відтворення стосується відновлення елементів соціальної системи, таких як людина або підприємство, взаємовідносин між ними, а також реновації відносин елементів соціальної системи із навколишнім середовищем. Економічне відтворення, як різновид соціального, визначається як постійно повторюваний процес відновлення всіх елементів економічної системи, таких як продуктивні сили, виробничі та економічні відносини, в їхній

взаємодії, тобто взаємообумовленості та взаємозапереченні [1, с.483]. Економічне відтворення, таким чином, забезпечує відновлення виробництва та споживання як матеріальних благ, так і самих продуктивних сил і економічних відносин на постійній основі.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Нематеріальні складові діяльності підприємства останнім часом все більше асоціюються із поняттям інтелектуальний капітал підприємства (далі – ІКП). Під ІКП пропонується розуміти сукупність економічних відносин між підприємцями, персоналом і суб'єктами зовнішнього середовища щодо формування, споживання та відтворення знань [2, с.46]. О. Бутнік-Сіверський зазначає, що ІКП – це один з видів капіталу, який має відповідні ознаки капіталу і відтворює, одночасно, характерну лише йому специфіку і особливості [3, с.21]. ІКП за своєю сутністю не має матеріально-речової форми, що й ускладнює осмислення процесу його відтворення, але ж ІКП, як і будь-які інші складові діяльності підприємства, необхідно відновлювати, оскільки без цього вони з часом втрачають свої споживчі якості.

Необхідність відтворення ІКП пов'язана із втратою споживчих якостей під впливом їх зносу. На відміну від основного капіталу елементи ІКП не мають здатності до фізичного зношування оскільки за своєю природою не мають матеріальної форми, яка і піддається руйнації з плином часу. Таким чином, відтворювати ІКП необхідно внаслідок того, що вони морально зношуються, «старіють». В умовах розвитку постіндустріальних тенденцій ІКП виходить на лідируючі позиції серед інших складових капіталу підприємства, все в більшому ступені заміщуючи класичні фактори виробництва: знаряддя праці, предмети праці та фізичну робочу силу.

Одним з постулатів економічної науки є встановлення необхідності постійного відновлення виробничого процесу, оскільки саме завдяки цьому задовольняються потреби підприємців в отриманні додаткової вартості та найманих робітників в отриманні заробітної плати. Тільки в процесі безперервного руху гроші та інші ресурси стають капіталом, і навпаки, у випадку припинення такого руху капітал знов стає просто грошима або ресурсами. Тобто кругообіг, відновлення руху ресурсів є критично важливим для переходу їх у стан капіталу. Проблеми відтворення ІКП є предметом досліджень багатьох науковців, в тому числі О. Бутнік-Сіверського, Н. Гавкалової, І. Гонтаревої, Д. Горового, Л. Городянської, Л. Жданової, М. Звєрякова, О. Кендюхова, О. Леушиної, І. Скоблякової, О. Собко, В. Харченко, Д. Хікса, О. Шкурупій та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Однак, як справедливо зазначає М. Звєряков, межі підходів до проблеми відтворення у сучасних дослідників, зазвичай, порушуються. У результаті відбувається підміна предмету аналізу, наслідком чого стає різке зниження ефективності та практичної цінності досліджень [4, с.271]. У зв'язку з цим особливу увагу необхідно приділити особливостям відтворення нематеріальностей у складі капіталу підприємства загалом та ІКП зокрема, оскільки вони відрізняються від інших матеріальних складових процесами формування, споживання, зносу та відновлення своїх елементів, що і є головною темою дискусій у сучасних авторів.

Постановка завдання. Наслідком виділення невирішених теоретичних проблем було формулювання мети статті – визначення теоретичних особливостей та засад процесу відтворення ІКП. Сформульована мета статті обумовила постановку завдань – визначення сутності відтворення ІКП, моделювання руху ІКП, розгляд особливостей формування, споживання та відновлення його елементів.

Виклад основного матеріалу дослідження. У результаті дослідження сутності економічного відтворення та змісту і складових ІКП було отримано висновок, що під відтворенням ІКП необхідно розуміти процес формування, споживання та відновлення всіх елементів ІКП, який розглядається не як одиничний акт, а як такий, що безперервно повторюється [5, с.173]. До складу ІКП за функціональним змістом відноситься людський капітал, капітал відносин, технологічний капітал та організаційний (структурний) капітал підприємства. Відповідно і відтворення ІКП буде складатися з формування, споживання та відновлення капіталу відносин, людського, інтелектуально-технологічного та організаційного капіталів підприємства.

Одна із особливостей капіталу та ІКП зокрема полягає в тому, що він є самозростаючою вартістю, тобто такою, яку власник може збільшити в процесі її обігу. Рух ІКП можна представити на основі класичної формули кругообігу капіталу наступним чином:

$$\text{Г} - \text{Т}\begin{pmatrix}\text{РС}\\ \text{ІКП}\\ \text{ЗВ}\end{pmatrix} \ldots \text{В} \ldots \text{Т}' - \text{Г}', \quad (1)$$

$$\text{ІІ} - \text{ІКП}\begin{pmatrix}\text{ЛК}\\ \text{КВ}\\ \text{ІТК}\\ \text{ОК}\end{pmatrix} \ldots \text{R\&}D \ldots \text{ІП} - \text{ІД}, \quad (2)$$

де Г – гроші; Т – товар; Г′– нові гроші; РС – робоча сила; ІКП – інтелектуальний капітал підприємства; ЗВ – засоби виробництва; В – виробництво; Т′– виробництво нової вартості; ІІ – інвестиції в інтелектуальний капітал; ЛК – людський капітал; КВ – капітал відносин; ІТК – інтелектуально-технологічний капітал; ОК – організаційний капітал; R&D – здійснення досліджень та розвитку; ІП – інтелектуальна продукція; ІД – дохід від реалізації інтелектуальної продукції.

Загалом, підходи щодо використання класичної моделі руху капіталу з метою характеристики кругообігу ІК не є новими. Так, О. Шкурупій запропонував формулу ІК та його кругообігу із додаванням елементу «ідея». На думку автора, на першій стадії відбувається класичне формування капіталу, а точніше, активної частини ІКП, при цьому виникає питання, чому автор не врахував можливості інвестицій не тільки в людський капітал. На другій стадії, на думку О. Шкурупій, відбувається продукування ідей, на третій – втілення ідей в споживчій вартості і на четвертій – втілення ідей у ринковій вартості [6, с.119]. Погоджуючись із автором (за умови, що під ідеями можна вважати всі нові знання, які можуть бути втіленими у всі види ІКП), необхідно зауважити, що ідеї втілюються у споживчу і ринкову вартість одночасно в процесі їх втілення у інтелектуальну продукцію. А на останньому етапі відбувається процес підтвердження суспільної корисності та споживчої вартості інтелектуальної продукції, а не формування вартості. Крім цього, процес науково-дослідного винаходу ідеї співпадає з процесом її споживання, про що власне автор і говорить в своєму дослідженні. Тому вважаємо за доцільне залишити класичну трьохстадійну структуру кругообороту ІК.

Початковою формою ІКП виступає грошова, а саме інвестиції у формування, придбання, розвиток ІКП, а також витрати необхідні для отримання елементів ІКП у тимчасове користування. Під інтелектуальною продукцією (інтелектуальним товаром) пропонується розуміти корисний інтелектуальний результат діяльності підприємства призначений для продажу. Інтелектуальна продукція (товар) повинна мати корисність, тобто здатність задовольняти певні фізичні або духовні потреби, що прийнято в економічній теорії визначати як споживну вартість.

Результати інтелектуальної діяльності, які мають корисність розділяються на ті, що споживаються на підприємстві та перетворюються на його інтелектуальні ресурси, а за умови постійного повторення процесу виробництва й споживання ресурси стають капіталом, і ті, що поставляються на ринок – інтелектуальна продукція.

Процес руху ІКП пропонується розділити на три стадії: формування, споживання та відновлення. В процесі цього руху інтелектуальний капітал підприємства приймає та скидає три форми: грошову, продуктивну та товарну. На першій стадії руху, ІКП виступає у грошовій формі, або у формі інвестицій, які підприємець спрямовує у формування ІКП, а саме для придбання та збільшення людського капіталу, капіталу відносин, інтелектуально-технологічного та організаційного капіталів підприємства. На цій стадії ІКП змінює грошову форму на продуктивну, а функція грошової форми ІКП полягає в тому, щоб створити передумови процесу виробничої діяльності.

$$\text{ІІ} - \text{ІКП}\begin{pmatrix}\text{ЛК}\\ \text{КВ}\\ \text{ТК}\\ \text{ОК}\end{pmatrix}, \qquad (3)$$

Підприємство має два варіанти здійснення інтелектуальних інвестицій: 1) інвестиції у створення, розвиток власного ІК; 2) інвестиції у придбання вже існуючого ІК у зовнішньому середовищі. Л. Жданова під інвестиціями розуміє витрати на оплату придбаних засобів виробництва, джерелом яких є заощадження з усіх форм доходів [7, с.13]. Розглянемо особливості процесу проходження першої стадії кругообігу ІКП.

Оскільки людський капітал представляє собою внутрішні характеристики персоналу підприємства, які належать особисто людині, підприємство не має будь-яких правових важелів для їх привласнення. Відповідно постає важлива проблема ризиковості і тимчасовості інвестиції у формування та збільшення людського капіталу підприємства. При цьому людина є творцем знань, всі елементи ІКП з початку були створені людиною. Саме тому інвестиції у людський капітал є критично важливими для формування й відтворення ІКП. Інвестиції у людський капітал, а саме у досвід, навички, компетенції, навчання, мотивацію, креативність, інноваційність, комунікабельність, активність персоналу, розвиток талантів, інтелекту та підприємницьких здібностей персоналу, можуть забезпечити створення або збільшення всіх інших елементів ІКП. Робітники підприємства здатні створити або розвинути капітал відносин підприємства із зовнішнім середовищем (клієнтський, постачальницький, партнерський, соціальний капітали), розробити або удосконалити інноваційно-технологічний капітал підприємства (технології, винаходи та технічні інновації, дизайн продуктів та послуг, штучний інтелект, програмне забезпечення та інформаційні системи), створити або примножити організаційний капітал (організаційну та виробничу структуру, корпоративну культуру, систему управління та комунікацій, процедури та мануали, бренди, імідж та репутацію підприємства). Тобто інвестиції у людський капітал фактично можна вважати одночасно інвестиціями в інші складові ІКП. Однак позитивний результат впливу персоналу на формування та збільшення ІКП не є гарантованим та залежить від багатьох факторів, в тому числі від існуючого рівня інших елементів ІКП (в першу чергу, від рівня організаційного капіталу та капіталу відносин у середині трудового колективу). Саме це обумовлює необхідність та економічну ефективність інвестування у придбання готових елементів ІК на ринку інтелектуальної продукції.

Водночас у підприємства є можливість «придбати» індивідуальний ІК або людський капітал на ринку праці. Звісно, придбати людину не можливо, а можна придбати лише її робочу силу та можливість користування ІК людини. Така ситуація призводить до високого попиту і «ціни» на персонал із високим рівнем індивідуального ІК, який може значно примножити існуючий на підприємстві людський капітал, що приносить підприємству крім можливостей до збільшення ІКП, ще й загрози втрати ІКП через звільнення цінних працівників. Проблеми з процесом найму персоналу із необхідним рівнем ІК, а також проблеми довготривалого його утримання та розвитку також є причиною економічної доцільності придбання вже готової інтелектуальної продукції з метою збільшення власного ІК, замість інвестування у розвиток існуючих на підприємстві елементів ІК.

Інтелектуальна продукція може мати вид усіх складових ІКП, як інтелектуально-технологічного та організаційного капіталів, так і людського капіталу та капіталу відносин підприємства. Єдине, що відрізняє інтелектуальну продукцію є те, що вона має не тільки споживчу, але й мінову вартість, тобто підтвердила свою суспільну корисність шляхом проходження процедури купівлі-продажу. Підприємство виходить на ринок інтелектуальної продукції з метою поповнення власного ІК де, відповідно до законів ринку, вступає у відносини з виробниками інтелектуальної продукції щодо її придбання.

Так, інтелектуально-технологічною продукцією може бути ноу-хау, нові технічні та технологічні рішення, винаходи, розробка дизайну, елементів штучного інтелекту, програмного забезпечення та інформаційних систем управління підприємством.

Матеріалізованими видами інтелектуально-технологічної продукції може бути нова техніка, придбання технічної документації та сучасних технологій, заказ на розробку дизайну продукції, сайту тощо, придбання комп'ютерних програм та цілих систем автоматизованого управління діяльністю підприємств. Наразі не тільки у світі, але й в Україні швидко розвиваються ринки продажу всіх вищеназваних видів інтелектуально-технологічної продукції.

Організаційною інтелектуальною продукцією можуть виступати консалтингові послуги щодо формування організаційної та виробничої структури, корпоративної культури, системи управління та комунікацій; розроблені процедури та керівництва до виконання; бренди, імідж та репутація інших підприємств. Широкого розповсюдження набуває процес надання консалтингових послуг щодо удосконалення структури, культури та процесів управління організаціями. Як відомо, важливою складовою договорів злиття-поглинань у світі є можливість придбання саме елементів ІКП, в першу чергу, брендів та репутації підприємств. Крім придбання чужих можливі напрямки дій, які пов'язані з розвитком власних брендів та репутації підприємства, але із залученням до цього процесу сторонніх організацій. Підприємство може замовити послуги маркетингових агентств щодо покращення іміджу, репутації, впізнаваємості бренду та підприємства, здійснення ребрендінгу та іміджевої рекламної компанії.

У науковій літературі, особливо з економічної теорії, рекламну діяльність відносять до чистих витрат обігу, вважаючи їх непродуктивними. Однак, в сучасних умовах, реклама не є засобом доведення продукції до споживачів, а, в першу чергу, створює умови для виникнення, формування попиту на неї. Завдяки тому, що реклама (у різних формах) дозволяє збільшити ІКП, який входить до складу продуктивного капіталу підприємства, вона виступає вже як продуктивні витрати.

Придбання інтелектуальної продукції, яка пов'язана із капіталом відносин, можливе у формі придбання консалтингових та дослідницьких послуг щодо формування баз даних, а також стійких, довірливих взаємовідносин підприємства зі своїми клієнтами, постачальниками матеріально-сировинних, матеріально-технічних, фінансових, трудових та нематеріальних ресурсів, виробничими та торговими партнерами, трудовим колективом, суспільством та органами державної влади.

Крім придбання елементів ІК на ринках інтелектуальної продукції у підприємства є можливість отримати їх у тимчасове використання без набуття будь-яких прав захисту або розпорядження ними. Різницею між цими варіантами виступає наявність прав інтелектуальної власності або інших засобів контролю, удосконалення отриманих елементів ІКП. Інтелектуальні інвестиції у власний ІКП є більш надійними та довготривалими порівняно із витрачанням грошей на тимчасове користування чужим ІК. Оренда інтелектуальної продукції напряму не збільшує ІКП, оскільки отримані у тимчасове користування інтелектуальні продукти залишаються частиною ІК іншого підприємства. При цьому, варто відрізняти розпорядження і володіння інтелектуальною продукцією. Володіння передбачає наявність певних прав власності, тоді як розпорядження дозволяє здійснювати лише процес використання-споживання продукції.

Користування орендованою інтелектуальною продукцією має суттєвий недолік з точки зору процесу відтворення ІКП. Орендована інтелектуальна продукція приймає участь у споживанні та виробництві на підприємстві, але після кожного кругообігу підприємству доводиться витрачати кошти на повне відновлення відносин щодо тимчасового користування елементом ІК у формі виплати орендної плати. До того ж діяльність власного людського капіталу щодо розширеного відтворення орендованого елементу ІК не змінює розміру орендної плати, а результатами самозростання вартості орендованого елементу ІК користується тільки його власник, а не підприємство-орендар. Більше того, за умови зростання вартості елементу ІК орендодавець може збільшити розмір плати за користування власною інтелектуальною продукцією. Таким чином, підприємства, які користуються чужою інтелектуальною продукцією на орендних засадах стають заручниками інших суб'єктів

підприємницької діяльності та не мають права на частину від його нової вартості. Не зважаючи на це, більшість підприємств, і не тільки в Україні, вимушені користуватися чужою інтелектуальною продукцією на тимчасових засадах, що пов'язано із неможливістю здійснення аналогічних власних розробок, або неможливістю придбання прав на користування ними. Така можливість обумовлена не тільки економічною доцільністю, але й монопольним положенням деяких виробників інтелектуальної продукції, що дозволяє їм отримувати монопольну ренту та диктувати умови договорів купівлі-продажу або оренди. Наприклад, на ринку програмного забезпечення або в шоу-бізнесі виробники в більшості не бажають продавати свою інтелектуальну продукцію, а пропонують отримання її у тимчасове користування.

Необхідно зазначити, що підприємство може брати у різні форми оренди всі види інтелектуальної продукції, що дозволяє тимчасово замістити елементи ІКП. Людський капітал підприємства (та інші види ІКП) можливо замістити за допомогою аутсорсингу. Аутсорсинг – це такий вид економічної діяльності, який полягає у наданні у тимчасове користування ресурсів, в тому числі трудових. За договором аутсорсингу підприємство тимчасово отримує від постачальника послугу у вигляді виконання функцій персоналу, однак, як і у всіх інших випадках тимчасового користування інтелектуальною продукцією інших підприємств, немає прав на отримання частки приросту вартості орендованого елементу ІКП. Послуга аутсорсингу споживається у кожному циклі та потребує повного відновлення за допомогою виплати коштів в обсягах, які зафіксовані у договорі аутсорсингу.

Ще однією формою тимчасового користування чужими елементами ІК є користування послугами посередників та партнерів, які мають власний ІК у деяких сферах, наприклад, у клієнтських, постачальницьких та соціальних відносинах. Підприємство відмовляється від частини своєї доданої вартості та передає її посереднику. Практично це виглядає як введення посередника між підприємством та споживачем, підприємством та постачальником, підприємством та державою тощо. З економічної точки зору таке посередництво можна визначити як орендну плату за користування капіталом відносин інших підприємств. Однією з причин, через яку виникає необхідність залучення чужого капіталу соціальних відносин може бути неможливість або витратоємність отримання дозволів, ліцензій на ведення діяльності від державних органів влади. У такому випадку підприємства вступають у партнерські, агентські відносини з підприємством, яке має відповідні дозволи, ліцензії, таким чином залучаючи до своєї діяльності частину ІКП іншого підприємства із виплатою йому відповідної за агентським договором винагороди. Відносно новою формою орендних відносин у сфері користування чужим капіталом відносин є договори факторингу, за якими підприємство передає ведення відносин зі споживачами до компанії-фактору, яка за це отримує певну економічну вигоду. Факторинг у реальній дійсності передбачає продаж простроченої дебіторської заборгованості за ціною меншою від балансової.

Широкого розповсюдження у світі й в Україні набувають економічні відносини щодо тимчасового користування інтелектуально-технологічною продукцією. Починаючи від оренди техніки та технологій, завершуючи користуванням базами даних, штучним інтелектом та програмним забезпеченням. Оренда техніки та технологій – це давно відомий засіб тимчасового задоволення в елементах інтелектуально-технологічного капіталу, відповідно до якого, підприємство-орендодавець надає у тимчасове користування (іноді з можливістю викупу) підприємству-орендатору новітню техніку і технологію за що отримує орендну плату. Відносно недавно почалося активне залучення чужих програмно-інформаційних продуктів у власну діяльність. Компанії-розробники програмно-інформаційної продукції (штучного інтелекту, програмного забезпечення, інформаційних систем та ін.) надають її у тимчасове користування компаніям-споживачам за умови здійснення періодичних виплат. Більше того, навіть за умови придбання програмно-інформаційної продукції (а не оренди), компанія-виробник часто залишає за собою всі права

на розпорядження нею (в т.ч. удосконалення), що унеможливлює в подальшому використання придбаного інтелектуального продукту з метою розвитку ІК підприємства-споживача програмно-інформаційної продукції. А тенденція до прискорення науково-технічного прогресу у цій сфері призводить до необхідності постійного удосконалення програмно-інформаційної продукції (здійснення так званого «upgrade»), що обумовлює фактичну економічну тотожність придбання й оренди цих видів інтелектуальних продуктів.

Останній вид інвестицій у формування ІКП на засадах тимчасового залучення чужої інтелектуальної продукції полягає в оренді елементів організаційного капіталу підприємства. Однією з широко відомих форм тимчасового залучення організаційного капіталу в діяльність підприємства є укладання договорів франчайзингу. Франчайзинг – це така форма правових відносин, за якою підприємство-володар ІК (торгової марки, репутації, капіталу відносин тощо) або франчайзер, надає у тимчасове користування іншому підприємству – франчайзі – свої елементи ІК. Підприємство-франчайзі отримує у тимчасове користування чужий ІК за що виплачує франчайзеру одноразову франшизу та періодичні платежі. Ще однією формою оренди організаційного капіталу є залучення часткового, або повного зовнішнього управління підприємством, що можливо як у випадку проходження процедури банкрутства, так і випадку залучення тимчасового управлінського апарату, який підприємство може отримати від сторонньої (консалтингової) організації. При залученні зовнішнього управління підприємство отримує у тимчасове користування організаційний капітал, що може дозволити на деякий період часу продовжувати свою виробничу діяльність.

У будь-якому випадку, за умови тимчасового користування чужою інтелектуальною продукцією в якості елементу ІК, підприємство змушене відмовлятися від створення та розвитку відповідних власних елементів ІК, що обумовлює зупинку процесу відтворення частини власного ІК і, як наслідок, виходу їх зі складу ІК та капіталу підприємства загалом. Практика широкого залучення орендованого капіталу взагалі та ІКП зокрема призводить до поступового звуженого відтворення капіталу підприємства із майбутньою перспективою його знищення.

Друга стадія руху ІК полягає у поєднанні людського капіталу з капіталом відносин, інтелектуально-технологічним та організаційним капіталами підприємства. На цій стадії відбувається створення нових знань в результаті науково-дослідних та проектно-аналітичних розробок, що призводить до створення нової вартості ІКП.

$$\text{ІКП}\begin{pmatrix}\text{ЛК}\\ \text{КВ}\\ \text{ТК}\\ \text{ОК}\end{pmatrix}\ldots\text{R\&D}\ldots\text{ІП}. \qquad (4)$$

Підприємство інвестує у формування людського капіталу, після чого останній в поєднанні з іншими елементами ІКП здійснює інтелектуальну діяльність щодо створення нових знань, науково-дослідним розробкам, яку будемо надалі називати R&D. Таким чином відбувається споживання ІКП, тобто його використання у виробничій діяльності підприємства. Як зазначає Л. Жданова, завданням сучасної науки є визначення соціальних форм та певні суспільні відносини, в яких існують результати виробничого та особистого споживання [8, с.176]. Важливим є розуміння, що підчас R&D відбувається одночасне виробниче й особисте споживання. У результаті виробничого споживання ІКП відбувається виробництво інтелектуальної продукції, а його особисте споживання призводить до виробництва нових знань та приросту особистого людського капіталу.

Результатом виробничого споживання ІКП буде виступати певний інтелектуальний результат різного ступеня корисності. Корисний інтелектуальний результат буде призводити до збільшення всіх елементів ІКП. Тобто в результаті об’єднання людського капіталу підприємства з іншими елементами ІКП відбувається самозростання ІКП, що можна представити формулою

$$\text{ІКП} \ldots \text{R\&}D \ldots \text{ІКП}', \quad (5)$$

$$\text{ІКП}' = \text{ІКП} + \Delta\text{ІКП}, \quad (6)$$

де ІКП′ – нова вартість ІКП; ΔІКП – приріст вартості ІКП.

Таким чином, відмінність ІК від традиційного капіталу підприємства полягає в тому, що він має здатність до самозростання при цьому не вимагаючи від його власників капіталізації додаткової вартості. Тобто виробниче споживання ІКП в процесі R&D не тільки призводить до зменшення його вартості в результаті впливу морального зносу, але й ще може забезпечити її приріст. Приріст вартості ІКП обумовлений підвищенням корисності ІКП, яка утворюється в процесі R&D на підприємстві.

Це, на перший погляд, суперечить багатьом постулатам і не тільки економіки, але, як показують сучасні дослідження, знання і їх уособлення – ІК – мають суттєву відмінність від інших ресурсів [9, с.148–149]. Сучасні напрямки економічної теорії виходять з того, що економічні ресурси є обмеженими й незначними, що і формує їх цінність [10, с.149–150]. При цьому, економічними ресурсами є корисні і не вільні ресурси. Вільними ресурсами вважаються, наприклад, сонце, повітря. Знання, як основа ІК, вже давно визнані не вільним ресурсом, на який розповсюджується право інтелектуальної власності. При цьому, знання є необмеженим ресурсом, вони здатні до необмеженого розширення. Таким чином, знання є єдиним необмеженим економічним ресурсом здатним до самозростання, який в постіндустріальній економіці може замінити всі інші види ресурсів.

Прикладом може слугувати питання обмеженості мінеральних ресурсів. Ще кілька десятиріч назад людство було впевнено, що нас чекають великі економічні потрясіння, які будуть пов’язані з кризами нестачі матеріальних ресурсів, в першу чергу мінеральних, а також продовольчих. За цей час знання людей, втілені в ІКП, дозволили віднайти нові запаси та способи їх видобутку (наприклад, сланцевий газ), або винайшли засоби зменшення матеріалоємності та повної або часткової їх заміни (винаходи матеріалів-замінників металів), або дозволили реалізувати технології їх повторного використання (наприклад, відновна енергетика, електромобілі, виробництво із відходів). Як наслідок, не лише відсутні будь-які ознаки ресурсних криз, але й навпаки, ресурсні ринки на відміну від ринків інтелектуальної продукції є більш нестабільними, на яких постійно відбуваються різкі падіння цін.

Загалом, процес самозростання ІК є відомим в економічній науці і отримав назву прозьюмеризм, або феномен єдності виробництва та споживання знань [6, с.119]. На думку вчених цей феномен полягає у нагромадженні індивідуального ІК на основі самозростання, що забезпечує безперервне розширене відтворення ІК. Так, О. Шкурупій вважає, що людський капітал, як складова ІКП, проходить три стадії обіг-виробництво-споживання, хоча не можна погодитися з автором в тому, що класичний процес кругообігу капіталу складався лише з обігу й виробництва [6, с.119]. Насправді на другому етапі і в класичній моделі руху капіталу відбувається споживання засобів праці й робочої сили паралельно із виробництвом продукції. До того ж, на думку автора, не можна вичленити людський капітал з інших складових ІКП і стверджувати, що здатність до самозростання має лише він. Людський капітал утворює єдине ціле з іншими складовими ІКП, і не можливо уявити процес його зростання без взаємодії з іншими видами ІКП, так як не можливим є зростання ІКП без зростання людського капіталу. При цьому необхідно відрізняти індивідуальний ІК від людського капіталу підприємства. Індивідуальний ІК, так як і людський капітал підприємства, уособлений у знаннях, досвіді, навичках, талантах, мотивації, підприємницьких здібностях людини, що їх об’єднує між собою. Але людський капітал підприємства не є алгебраїчною сумою індивідуальних ІК його співробітників. Тільки ті знання, досвід, навички, таланти, мотивація, підприємницькі здібності, які вступають і функціонують в процесі відтворення ІКП можуть вважатися людським капіталом підприємства. Іншими словами, тільки споживаємий і відновлювальний індивідуальний ІК персоналу підприємства може вважатися його людським капіталом.

Окремо варто зауважити про недолік теорії прозьюмеризму, який полягає в тому, що її прихильники не вважають можливим зменшення ІК, а концентрують увагу лише на

паралельному споживанні та виробництві нових знань. Знання, уособлені в ІК, за своє природою не мають фізичного зносу, але мають моральний. Їх моральний знос обумовлений розвитком НТП, а саме появою нових, більш корисних для підприємницької діяльності об'єктів ІКП, а також зменшенням із плином часу суспільно необхідних витрат на їх виробництво в результаті удосконалення процесів R&D. Наявність морального зносу ІКП не дає можливості стверджувати про наявність лише однієї тенденції у зміні обсягу ІКП – тенденції до збільшення. Прикладом можливості одночасного самозростання ІК та його зменшення може служити досвід сентінельців – туземного народу, який проживає на одному з Андаманських островів Індії, які відомі відсутністю будь-яких контактів зі світом. Вони, як і будь-які люди, у результаті розумової діяльності постійно удосконалюють рівень своїх знань, які можна вважати їх індивідуальним ІК, але при цьому, як вважається, не мають знань навіть для того, щоб розводити вогонь. Відповідно, ми можемо спостерігати поєднання самозростання їх ІК, який дозволяє відносно удосконалювати результати їх життєдіяльності, із все більшим моральним їх зносом відносно новітніх технологій світу. На відміну від сентінельців, будь-яке підприємство не зможе собі дозволити ізольованість від світу, оскільки тільки через усуспільнення результатів діяльності можливо відтворення його діяльності. На жаль, більшість інтелектуально ємних підприємств України, особливо в машинобудуванні, є схожими до сентінельців, тобто головною їх увагою є власне самозростання, а не відтворення капіталу, в першу чергу інтелектуального, відповідно до сучасних науково-технічних тенденцій. Можливість зменшення обсягу ІКП в результаті його морального зносу й підтверджує особливу актуальність проблеми.

Після оновлення всіх елементів ІКП відбувається процес виробництва, який з точки зору предмету дослідження та в реальних умовах постіндустріального розвитку можна представити як створення нових знань з метою їх продажу. На цьому етапі результатом R&D буде виробництво інтелектуальної продукції. Інтелектуальною продукцією підприємства, за аналогією з формами інтелектуальних інвестицій, можуть бути інтелектуальні товари та інтелектуальні послуги, які підприємство може або продавати або давати у тимчасове використання. Оскільки підприємство може бути споживачем та виробником інтелектуальної продукції одночасно, види інтелектуальної продукції достатньо повно було розглянуто в процесі розкриття змісту першої стадії кругообігу капіталу.

Таким чином, результатом другої стадії кругообігу капіталу є утворення нових знань в результаті поєднання всіх елементів ІКП та здійснення R&D, що призводить до самозростання ІКП та виробництва інтелектуальної продукції, яка в своїй вартості містить й додаткову інтелектуальну вартість, що представляє собою частину додаткової вартості ІКП. Додаткова інтелектуальна вартість в умовах постіндустріального розвитку є основою загальної додаткової вартості, яку створює підприємство. Тільки ті підприємства, що здатні створювати значні обсяги додаткової інтелектуальної вартості можуть розраховувати на значні обсяги загальної додаткової вартості.

Виходячи з цього, друга стадія руху ІКП є визначальною, тобто тою, від якої залежить результат як процесу відтворення ІКП, так і отримані фінансові результати діяльності. Саме тому, збільшення обсягів та ефективності R&D є головним засобом розширеного відтворення ІКП та загалом підвищення ефективності діяльності підприємства.

На третій стадії руху ІКП відбувається перетворення товарної форми ІК у грошову з переходом із сфери виробництва у сферу обігу, при цьому інтелектуальна продукція створена підчас другої стадії повинна підтвердити свою корисність або споживчу вартість і знайти свого споживача на ринкових умовах. Формула третьої стадії руху ІКП має вигляд:

$$\text{ІП} - \text{Г}'. \tag{7}$$

Підтвердженням суспільної корисності інтелектуальної продукції підприємства буде перетворення її у грошову форму за допомогою процесу реалізації на ринку (продажу або оренди). У сучасних умовах відбувається бурхливий розвиток ринків інтелектуальної продукції, більшість з них відносяться до економічної сфери послуг, що обумовило

тенденцію до збільшення її частки у ВВП, як окремих країн, так і у світі взагалі. Відповідно до міжнародних стандартів обліку та статистики, головними видами інтелектуальної продукції є об'єкти, пов'язані з використанням інтелектуальної власності, програмні продукти та бази даних, R&D, консалтингові бізнес-послуги, роялті та інші. У випадку, якщо інтелектуальний результат діяльності не знайде свого споживача, такий результат не буде вважатися продукцією, а буде віднесено до некорисних результатів інтелектуальної діяльності, які не будуть приймати участь у процесі відтворення ІКП. Некорисність інтелектуальних результатів, яка буде спостерігатися протягом кількох кругообігів ІКП, може призвести до зупинення відтворення та самознищення ІКП.

Нова вартість (Г´) відрізняється від старої (Г) тим, що вона включає додаткову вартість (ΔГ):

$$Г' = Г + ΔГ. \quad (8)$$

При цьому, додаткова вартість (ΔГ) не виникає у сфері обігу ІКП, тобто на третій стадії його кругообігу, а лише проявляється там у грошовій формі. Безпосередньо виробництво додаткової вартості відбувається підчас другої стадії, де здійснюються R&D [11, с.37]. До того ж, як і у випадку із всезагальною формулою капіталу, запропонована формула руху ІКП містить внутрішні протиріччя. По-перше, здається, що додаткова вартість формується у сфері обігу, що насправді не відповідає дійсності. Додаткова вартість (ΔГ) є лише грошовим відображенням приросту вартості ІКП (ΔІКП), що була сформована в процесі R&D на другому етапі кругообороту ІКП. Тобто додаткова вартість інтелектуальної продукції є грошовим уособленням споживання приросту ІКП.

По-друге, в процесі руху ІКП виникає видимість нееквівалентного обміну, тобто порушення закону вартості, коли гроші обмінюються на нові, більші гроші [10, с.106]. Насправді це не так, гроші на першій стадії в процесі еквівалентного обміну витрачаються на формування ІКП, в тому числі на придбання людського капіталу. На третій стадії також відбувається еквівалентний обмін інтелектуальної продукції на гроші, тільки до вартості інтелектуальної продукції входить не тільки перенесена вартість сформованого на першій стадії ІКП, але й вартість приросту ІКП, яка була створена в процесі R&D на другому етапі руху ІКП.

Таким чином, ІКП одночасно функціонує у трьох формах: у грошовій, продуктивній та товарній; послідовно змінюючи кожну з них в процесі проходження трьох стадій кругообороту: формування, споживання та ринкової реалізації. Завдяки єдності у часі форм ІКП та послідовності проходження стадій його обороту, відбувається відтворення ІКП.

Необхідно зазначити, що зупинка кругообігу ІКП призведе до його знищення, через те, що знання перестають відновлюватися тобто перестають відповідати основній вимозі до капіталу. Іншими словами, ІК здатен не тільки до самозростання, але й до самознищення, яке відбувається внаслідок зупинки процесу його відтворення. Зупинки відтворення ІКП можуть відбуватися на всіх трьох стадіях кругообігу. Розглянемо їх більш детально.

Зупинка кругообігу ІКП на першій його стадії, тобто на стадії формування ІКП, призводить до зупинки відтворення відносин, таких як відносини підприємства із персоналом та постачальниками інтелектуальної продукції, а також залишає ІКП на одинці у «битві» між самозростанням ІКП та його моральним зносом. Результатом зупинки кругообігу ІКП на першій стадії буде або повна зупинка кругообігу, у випадку зупинки відтворення економічних відносин, або поступовий моральний знос ІКП та зменшення масштабів його відтворення.

Результатом припинення руху ІКП на другій стадії – в процесі споживання ІКП з метою виробництва інтелектуальної продукції – стане пряме припинення виробничої діяльності (R&D), що, по-перше, не дозволить виробити додаткову вартість, яка є метою підприємницької діяльності; по-друге, це зупинить процес самозростання ІКП, який відбувається паралельно із його споживанням, що призведе до збільшення швидкості морального зносу ІКП.

При зупинці обігу ІКП на стадії ринкової реалізації створеної інтелектуальної продукції зупиняється процес зміни форми вартості з товарної на грошову, що фактично означає відсутність споживчої вартості у інтелектуальних результатів діяльності, які, таким чином, не можна вважати інтелектуальним товаром-продукцією. Відсутність завершення кругообороту ІКП із його поверненням у грошову форму призводить або до необхідності залучення грошових коштів з метою продовження процесу відтворення ІКП, або до зупинки проходження ІКП й наступної, першої стадії циклу – формування ІКП, наслідки чого вже були описані вище. Варто зазначити, що зупинка руху ІКП саме на третій стадії є найбільш важкою проблемою, оскільки вона не може бути вирішена лише зовнішнім залученням коштів з метою простого відтворення ІКП. Треба чітко розуміти, що проблема в цьому випадку не у нестачі коштів, а в системних проблемах процесу формування та споживання ІКП, без вирішення яких інтелектуальні результати діяльності не отримають значення суспільнонеобхідних. Тобто, у випадку виникнення проблем із реалізацією інтелектуальної продукції підприємству варто переглянути підходи до формування ІКП (його обсягів та структури) та споживання ІКП (напрямків та результативності R&D), а лише потім шукати необхідні джерела для фінансування відтворення ІКП.

Також необхідно зазначити, що в чистому вигляді кругообіг ІК за формулою 2 відбувається на підприємствах, які вже повністю перейшли до постіндустріального розвитку, тобто у яких весь капітал представляє собою ІК. Отже постіндустріальні підприємства замість засобів виробництва використовують інтелектуально-технологічний, організаційний капітали та капітал відносин, а замість робочої сили – людський капітал. Більшість підприємств України й світу ще знаходяться на перехідному етапі від індустріального до постіндустріального розвитку, відповідно й ІК є лише складовою капіталу цих підприємств, а кругооборот ІК є складовою процесу руху всього капіталу. Відмінність в такому випадку буде лише у змісті другої стадії кругообороту капіталу і буде полягати в тому, що в процесі виробництва продукції відбуватиметься споживання як традиційних засобів виробництва й фізичної робочої сили, так й ІК. Результатом же споживання капіталу буде не інтелектуальна продукція в чистому вигляді, а продукція з елементами інноваційності.

Висновки і перспективи подальших розробок. Таким чином, відтворення ІКП це сукупність процесів формування, споживання та відновлення всіх елементів ІКП, які розглядаються не як одиничний акт, а як такий, що безперервно повторюється. Весь процес руху ІКП розділено на три стадії: формування, споживання та відновлення ІКП підчас яких приймає та скидає три функціональні форми: грошову, продуктивну та товарну. Гроші необхідні для інвестування у формування, придбання, розвиток ІКП або для отримання елементів ІКП у оренду, тобто для формування продуктивної форми ІКП. На наступній стадії відбувається поєднання всіх складових інтелектуального капіталу підприємства, в результаті чого в процесі здійснення науково-дослідних та аналітичних розробок створюються нові знання, що призводить до створення нової вартості. Особливістю споживання елементів ІКП є їх паралельне самозростання, що отримало назву «прозьюмеризму». Таким чином, ІКП здатен до самозростання в процесі його споживання, що обумовлюється створенням нових знань в процесі науково-практичних досліджень й розробок. Здатність до самозростання й становить якісну відмінність інтелектуального від матеріального капіталу підприємства. Масштаб відтворення ІКП залежить від обсягу створення нових знань та динаміки їх зносу під дією науково-технічного прогресу. Також результатом другої стадії руху ІКП є виробництво інтелектуальної продукції (інтелектуальних товарів). Інтелектуальна продукція (товар) повинна мати корисність, тобто здатність задовольняти певні фізичні або духовні потреби, що прийнято в економічній теорії визначати як споживну вартість.

Перспективою подальших досліджень є моделювання процесу відтворення елементів ІКП та здійснення практичного аналізу особливостей відтворення ІКП на прикладі підприємств України та провідних країн світу.

Література

1. *Економічна енциклопедія* : у 3 т. / За ред. С. В. Мочерного та ін. К. : Академія, 2000. Т. 1. 864 с.

2. Літвінов О. С. *Відтворення інтелектуального капіталу підприємства* // Проблеми та перспективи розвитку підприємництва. 2016. № 3 (14). Т. 1. С.45–49.
3. Бутнік-Сіверський О. Б. *Інтелектуальний капітал* : *теоретичний аспект* // Інтелектуальний капітал. 2002. № 1. С. 16–26.
4. Звєряков М. І. *Національна економічна система* : *проблеми теорії* : монографія. Одеса : Астропринт, 2012. 319 с.
5. Литвинов А. С. *К вопросу определения сущности экономического воспроизводства* // Економіка і організація управління. 2014. № 3 (19) – 4 (20). С. 166–174.
6. Шкурупій О. В. *Інтелектуальний капітал в умовах становлення постіндустріального суспільства* : *імперативи глобального економічного розвитку та орієнтири для України :* монографія. Полтава : РВВ ПУЕТ, 2010. 303 с.
7. Жданова Л. Л. *Відтворення та нагромадження капіталу в індустріальній економіці* : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук : 08.00.01. Одеса, 2015. 37 с.
8. Жданова Л. Л. *Відтворення і нагромадження капіталу* : *теорія, методологія, економічна політика* : монографія. Одеса : Астропринт, 2014. 296 с.
9. Горовий Д. А. *Розвиток людського капіталу сучасної держави* // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. 2015. № 2. С. 144–150.
10. Покритан А. К., Збарський М. І. *Політична економія*. Одеса : ОДЕУ, 2004. 320 с.
11. Звєряков М. І., Мащевська В. В. *Політична економія* : навч. посіб. для самостійної роботи студ. вищ. навч. закл. Одеса : Атлант, 2009. 202 с.

References

1. Mochernyi, S. V. (2000). *Economic encyclopedia:* in 3 vol. Vol. 1 [Ekonomichna entsyklopediia] Akademiia, Kyiv, 864 s. [in Ukrainian]
2. Litvinov, O. S. (2016). *Reproduction of intellectual capital of the enterprise* [Vidtvorennia intelektualnoho kapitalu pidpryiemstva], Problemy ta perspektyvy rozvytku pidpryiemnytstva. No. 3 (14), T. 1, s. 45–49 [in Ukrainian]
3. Butnik-Siverskyi, O. B. (2002). *Intellectual capital: theoretical aspect* [Intelektualnyi kapital: teoretychnyi aspekt], Intelektualnyi kapital, Vol. 1, s. 16–26 [in Ukrainian]
4. Zvieriakov, M. I. (2012). *National economic system: theory problems:* monograph [Natsionalna ekonomichna systema: problemy teorii: monohrafiia], Astroprynt, Odesa, 319 s. [in Ukrainian]
5. Litvinov, A. S. (2014). *To the question determining of economic reproduction essence* [K voprosu opredeleniya suschnosti ekonomicheskogo vosproizvodstva], Ekonomika i orhanizatsiia upravlinnia, Vol. 3 (19) – 4 (20), s. 166–174 [in Russian]
6. Shkurupii, O. V. (2010). *Intellectual capital in the conditions of becoming a post-industrial society: imperatives of global economic development and landmarks for Ukraine:* monograph [Intelektualnyi kapital v umovakh stanovlennia postindustrialnoho suspilstva: imperatyvy hlobalnoho ekonomichnoho rozvytku ta oriientyry dlia Ukrainy], RVV PUET, Poltava, 303 s. [in Ukrainian]
7. Zhdanova, L. L. (2015). *Reproduction and accumulation of capital in the industrial economy: author's abstract* [Vidtvorennia ta nahromadzhennia kapitalu v industrialnii ekonomitsi: avtoreferat dysertatsii doktora ekonomichykh nauk: 08.00.01], Odesa, 37 s. [in Ukrainian]
8. Zhdanova, L. L. (2014). *Reproduction and accumulation of capital: theory, methodology, economic policy:* monograph [Vidtvorennia i nahromadzhennia kapitalu: teoriia, metodolohiia, ekonomichna polityka: monohrafiia], Astroprynt, Odesa, 296 s. [in Ukrainian]
9. Horovyi, D. A. (2015). *Human capital development of the modern state* [Rozvytok liudskoho kapitalu suchasnoi derzhavy], Problemy i perspektyvy rozvytku pidpryiemnytstva, Vol. 2, s. 144–150 [in Ukrainian]
10. Pokrytan, A. K., Zbarskyi, M. I. (2004). *Political economy* [Politychna ekonomiia], ODEU, Odesa, 320 s. [in Ukrainian]
11. Zvieriakov, M. I., Mashchevska, V. V. (2009). *Political economy* [Politychna ekonomiia], Atlant, Odesa, 202 s. [in Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 10.09.2018. *Прийнята до друку 28.09.2018.*

УДК 658.8: 697

Iryna SHKURUPSKA
PhD in Economics, Lecturer of Marketing Department, Odessa National Economic University, Ukraine, e-mail: irina.shkurupskaya@gmail.com, ORCID ID: http://orcid.org/0000-0003-0353-828X

IMPLICATIONS OF BEHAVIOR EVOLUTION OF UKRAINIAN INTERNET CONSUMERS FOR INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS

Shkurupska, I. (2018). Implications of behavior evolution of Ukrainian internet consumers for integrated marketing communications. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Naslidky evoliutsii ukrainskykh internet-korystuvachiv dlia intehrovanykh marketynhovykh komunikatsii; za red.: M. I. Zvieriakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin, Vìsnik socìal'no-ekonomìčnih doslìdžen' (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 3 (67), pp. 104–115.

Abstract. *The article considers the evolution of Ukrainian Internet users behaviour. Specifically, the changes in the characteristics of the internet users and their online shopping behaviours are tracked over the past several years. The analysis provides an understanding of fast expanding consumer market and its likely future development. Companies pay more attention to online coverage of events and the sharing of publications, as they save the least on digital communications. This segment of advertising is less affected than others during the current crisis: if you count the income in hryvnia, user involvement in this segment is the cheapest. In the client environment comes an understanding of the leading role of digital-agencies at the level of technical solutions. The results have a direct impact on Internet marketing strategies as an element of integrated marketing communications (IMC) in Ukraine and other developing countries. In the context of the research, the possibilities for increasing the impact of the IMC on consumer behavior on the Internet are identified. Marketers should start to treat the Ukrainian online population as a mass market with many niche markets in which they could do business. Modelling the research of IMC influence on consumer behaviour is important for facilitating meaningful comparisons between different companies (in-depth analysis of competition), time etc. To create such a research model, had to test several variables, in terms of matching model components and its functional relationship with theoretical precepts accepted as defining IMC. Thus, some aspects of the impact of the IMC on consumer behavior materialized in the decision-making process of Internet consumers have been clarified.*

Keywords*: internet; Ukraine; online marketing; integrated marketing communications (IMC); consumer behaviour: consumer decision-making process.*

Ірина Олександрівна ШКУРУПСЬКА
кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу, Одеський національний економічний університет, Україна, e-mail: irina.shkurupskaya@gmail.com, ORCID ID: http://orcid.org/0000-0003-0353-828X

НАСЛІДКИ ЕВОЛЮЦІЇ ПОВЕДІНКИ УКРАЇНСЬКИХ ІНТЕРНЕТ-КОРИСТУВАЧІВ ДЛЯ ІНТЕГРОВАНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Шкурупська, І. О. Наслідки еволюції поведінки українських інтернет-користувачів для інтегрованих маркетингових комунікацій // 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. № 3 (67). С. 104–115.

Анотація. *У статті розглянуто еволюцію поведінки українських користувачів Інтернет. Зокрема, за останні кілька років відслідковуються зміни в характеристиках інтернет-користувачів та їх поведінка по відношенню до покупок в Інтернеті. Аналіз дає розуміння швидко зростаючого споживчого ринку і його ймовірного майбутнього розвитку. Компанії приділяють більше уваги висвітленню подій в Інтернеті і обміну публікаціями, оскільки вони не заощаджують на цифрових комунікаціях. Цей сегмент реклами менш схильний до впливу, ніж інші, під час поточної кризи: якщо вважати дохід у гривнях, то участь користувачів в цьому сегменті найдешевша. До клієнтського середовища приходить розуміння провідної ролі digital-агентств на рівні технічних рішень. Результати мають прямий вплив на стратегії інтернет-маркетингу як елемента інтегрованих маркетингових комунікацій (ІМК) в Україні та інших країнах, що розвиваються. В контексті дослідження визначено можливості для підвищення впливу ІМК на поведінку споживачів в інтернеті. Маркетологи повинні розглядати українське онлайн-населення як масовий ринок з безліччю нішевих ринків, на яких вони могли б вести бізнес. Змодельовано вплив ІМК на поведінку споживачів з метою полегшення значущих порівнянь між різними компаніями (поглиблений аналіз конкуренції), часу тощо. Для створення такої*

 © SHKURUPSKA I.O., 2018

моделі дослідження перевірено кілька змінних в контексті відповідності компонентів моделі та її функціонального зв'язку з теоретичними приписами, прийнятими як визначальні ІМК. Таким чином, уточнено деякі аспекти впливу ІМК на поведінку споживачів, матеріалізованого в процесі прийняття рішень Інтернет-споживачами.

Ключові слова: *інтернет; Україна; онлайн-маркетинг; інтегровані маркетингові комунікації (ІМК); поведінка споживачів; процес прийняття рішення споживачем.*

Ирина Александровна ШКУРУПСКАЯ
кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга, Одесский национальный экономический университет, Украина, e-mail: irina.shkurupskaya@gmail.com, ORCID ID: http://orcid.org/0000-0003-0353-828X

ПОСЛЕДСТВИЯ ЭВОЛЮЦИИ ПОВЕДЕНИЯ УКРАИНСКИХ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ДЛЯ ИНТЕГРИРОВАННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Шкурупская, И. А. Последствия эволюции поведения украинских интернет-пользователей для интегрированных маркетинговых коммуникаций // 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. № 3 (67). С. 104–115.

Аннотация. *В статье рассмотрена эволюция украинских пользователей Интернет. В частности, за последние несколько лет отслеживаются изменения в характеристиках интернет-пользователей и их поведение в отношении покупок в Интернете. Анализ дает понимание быстро растущего потребительского рынка и его вероятного будущего развития. Компании уделяют больше внимания освещению событий в Интернете и обмену публикациями, поскольку они не экономят на цифровых коммуникациях. Этот сегмент рекламы менее подвержен влиянию, чем другие, во время текущего кризиса: если считать доход в гривнах, то участие пользователей в этом сегменте самое дешевое. В клиентскую среду приходит понимание ведущей роли digital-агентств на уровне технических решений. Результаты имеют прямое влияние на стратегии интернет-маркетинга как элемента интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК) в Украине и других развивающихся странах. В контексте исследования определены возможности для повышения влияния ИМК на поведение потребителей в интернете. Маркетологи должны рассматривать украинское онлайн-население как массовый рынок с множеством нишевых рынков, на которых они могли бы вести бизнес. Смоделировано влияние ИМК на поведение потребителей с целью облегчения значимых сравнений между различными компаниями (углубленный анализ конкуренции), времени и т. д. Для создания такой модели исследования проверено несколько переменных в контексте соответствия компонентов модели и ее функциональной связи с теоретическими предписаниями, принятыми как определяющие ИМК. Таким образом, уточнены некоторые аспекты влияния ИМК на поведение потребителей, материализованного в процессе принятия решений Интернет-потребителями.*

Ключевые слова: *интернет; Украина; онлайн-маркетинг; интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК); поведение потребителей; процесс принятия решения потребителем.*

JEL classification: *M310*

1. Introduction

In a competitive economy, development of the companies involve the existence of accurate information about consumers, so the concept of modern marketing highlights the need for having detailed and founded information about the consumer needs, motivation, attitude and actions. In the contemporary era is almost universally accepted idea that the main purpose of marketing is not finding and persuading people to buy what a company produces, but satisfying the consumer, which is the essence of consumer orientation. Developing effective ways by which consumers' needs could be satisfied is one of the main objectives of IMC. Identifying the communication pathways which influence consumer behaviour is an essential marketing communications activity, the ultimate goal being the creation of marketing messages to reach target audiences through the most appropriate channels.

As an internet develops rapidly throughout the world, Ukraine's internet network is also quickly expanding, as shown in Fig. 1 (iForum, 2018). According to a recent report by GFK Ukraine, there are already 19,2 million internet users in Ukraine [1].

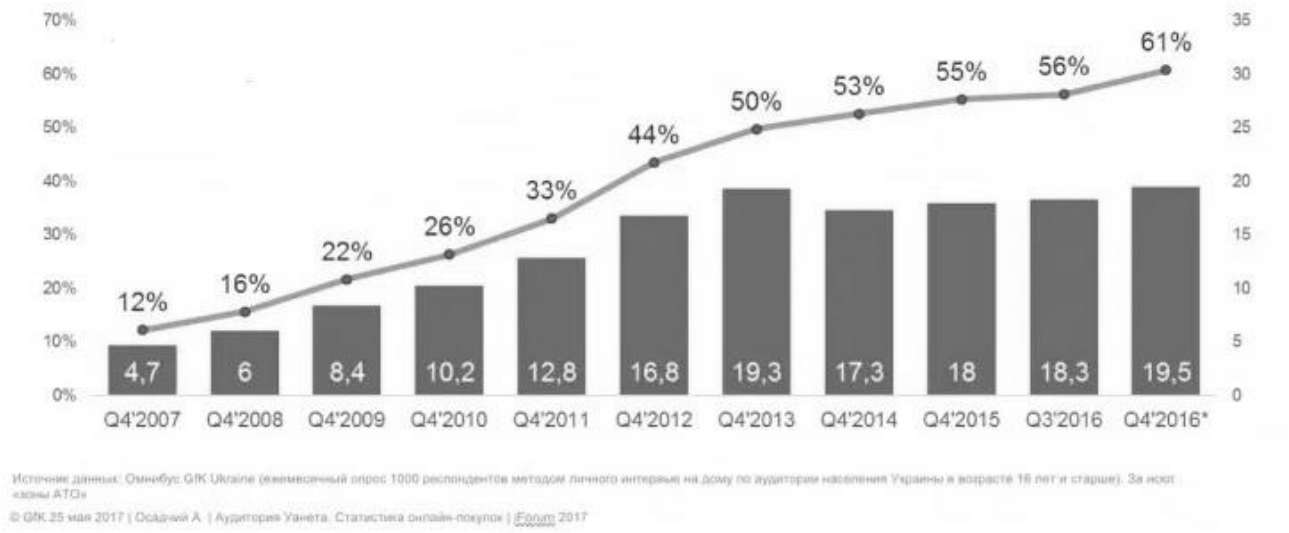


Fig. 1. Online population in Ukraine 2007–2016, mln. people
Source: Omnibus GFK Ukraine

The sustained growth of the internet in Ukraine obviously will create an enormous online market. In fact, the same GFK Ukraine shows that 25% of the Ukrainian internet users have already become online shoppers, which translates into almost 4.8 million consumers. Another report from iForum [1] estimates that online retail sales increases each year. For firms that hope to grow their business in the growing Ukrainian market, it is, therefore, important to understand the characteristics of the Ukrainian consumers on the internet.

This article proposes an analytical framework that incorporates internet diffusion, online consumers and IMC' strategy. Specifically, diffusion of the internet implies that there is a market potential that results from the expansion of the online population in a country, whose members will have certain unique characteristics regarding their demographics, socioeconomic standing and internet behaviours. These characteristics will to a large extent determine the appropriate marketing strategies for online businesses. This theoretical framework for internet marketing is then applied to the Ukrainian market in an exploratory analysis of the nature of this market and its implications for marketing strategies.

2. Literature Review

Synthesizing the existing literature concerns may be outlined several main areas divided in two phases: 1990–2000 and 2001 – to present (2018). First stage is characterized by research and analysis on:

a. Clarification of some aspects of definition, theoretical development and understanding of IMC concept [2–5].
b. Identification of strategic issues and treatment of IMC concept more of a business process perspective rather than that of a simple coordination of marketing communication tools [6].
c. Analyze the interdependence of relational marketing concept and IMC, through the social nature of business in general and marketing in particular and highlight the key role of marketing communication in maintaining profitable relationships with customers and other stakeholders [7–8].
d. Measure and evaluate the effects of IMC [5–6].

In the second stage, the research is focused on:

a. Conceptual aspect of IMC, as theoretical foundation, status and goals [9], include opposite views or barriers for its implementation [8].
b. Measurement and effectiveness of IMC programmes [10].
c. Managerial and organisational issues [11; 12];
d. Relationship of IMC to internal marketing issues, relationship marketing, corporate communication, brand equity and brand identity [13].

An IMC program must be structured in multiple strands, influencing all the processes of consumer behaviour (perception, learning, attitude, motivation), not only the actual behaviour. The literature review reveals some well structured models of consumer behaviour, the most important of them having as main axis the buying decision process, outlined for the first time by Engel, Blackwell and Kolat [14]. This process includes basically five main stages: need (problem) recognition, information search and evaluation of alternatives, product choice and outcomes. The next improvements and changes of model [15] refine the initial structure, including some possible options in the fourth stage, not only purchase option and a reshaping of fifth stage, as post-purchase evaluation [16].

3. Selection of previously unsettled parts of the general problem

There are a growing number of studies about internet consumers in recent years. These include consumer perception of web advertisements [17], pricing and customer satisfaction [18] and browsing and purchase intention [19], among others. However, these studies have not attempted to analyse the characteristics and behaviours of internet users over time, nor have they considered all the four aspects of online part of IMC strategy in a single framework based on an analysis of the nature of the market and consumer behaviour. Sultan [20] provided a tracking study of home users' internet service adoption behaviour, but did not examine their behaviours on the internet per se. Therefore, the current study presents a unique perspective. By looking into the changes in the characteristics and behaviours of internet users over time, it is possible to gain insight into how the market has evolved and likely future trends. This insight, in turn, would help businesses make better strategic decisions. As such, this is one of the papers that provide an initial comprehensive view of the online market in Ukraine and its marketing applications.

4. Setting objectives

Adopting the approach according with IMC is not part of the marketing mix, but a holistic concept using marketing mix elements to create and strengthen relationships with consumers and to send a unified message, this paper aims to clarify some aspects of the mechanism of IMC influence on consumer behaviour, reflected also in the buying decision process. Moreover, having an understanding about the evolution of these consumers, rather than just a snapshot of the current situation, would help marketers get a sense of how the online market in Ukraine has shaped up and what this market will look like in the future. Managers could rely on such information to devise appropriate marketing strategies in IMC context. To this end, this paper also presents an analysis of the basic characteristics and behaviours of Ukrainian online consumers over time.

5. Findings and analysis

In this article, the framework is applied to the rapidly developing online market in Ukraine. Hopefully, the findings and analyses are helpful to those that are doing business on the internet in this market or are contemplating such a move. It is also expected that these findings and analyses are useful to marketers serving other developing markets. Furthermore, the current study provides an illustrative example (Fig. 2) of how the framework proposed here can be used for at least an initial exploratory analysis of the new target market and the fit between the firm and its products and this market [35].

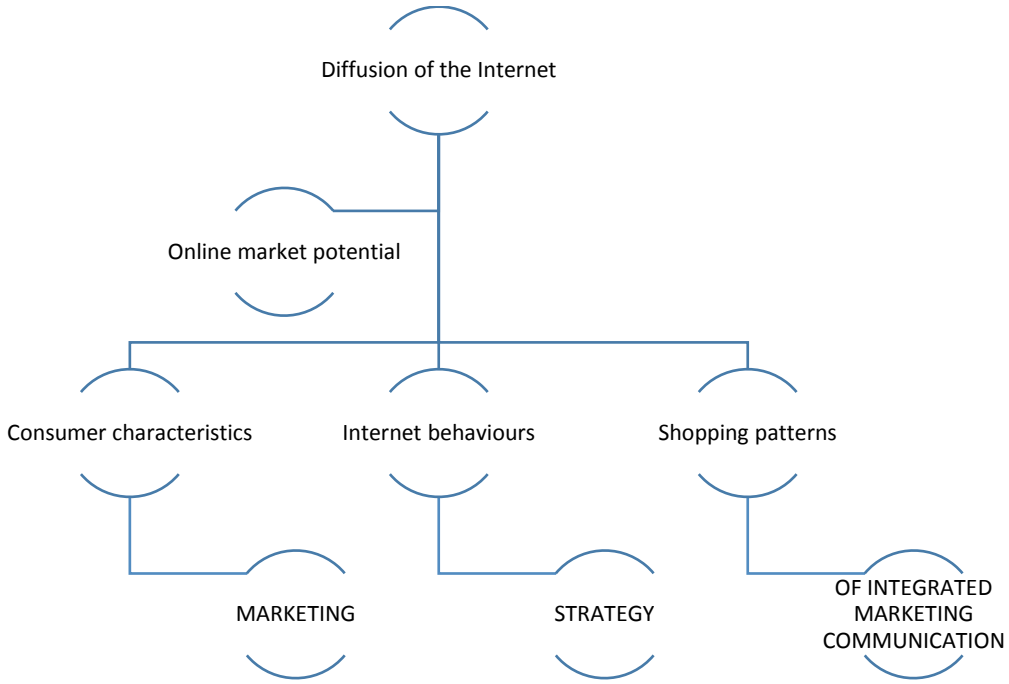


Fig. 2. Analytical framework of application IMC for internet consumers
Source: founded on [35]

As pointed out before, the analysis of the data focuses on three main aspects about the Ukrainian online market:

– demographics and socioeconomics;
– basic internet behaviours;
– online shopping behaviours.

The demographic and socio-economic characteristics of the Ukrainian internet users discussed here include gender, age, education and income.

Among online shoppers, there are significantly more wealthy people who have children under the age of 14, but the data on higher education and work are almost the same.

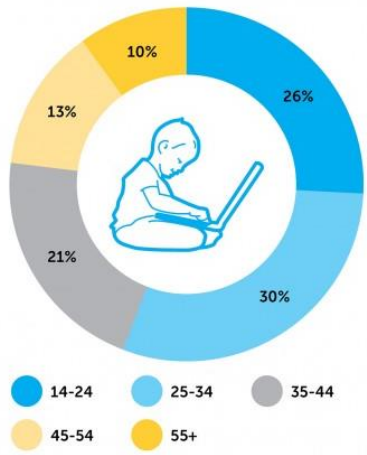


Fig. 3. Age structure of Ukrainian internet-users, 2017
Source: Ukrainian Association of Direct Marketing (UADM)

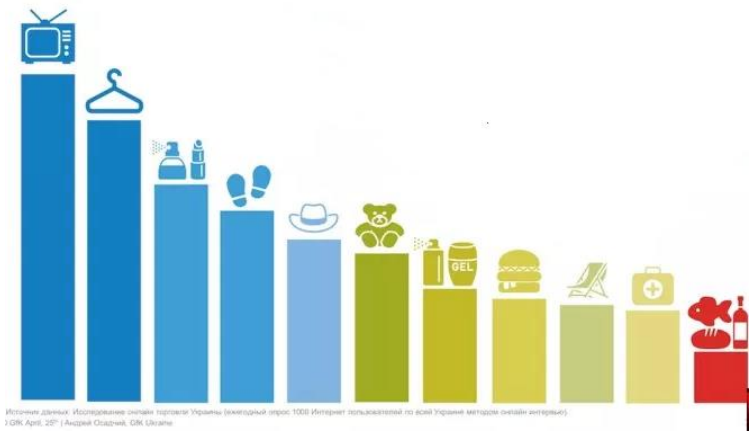


Fig. 4. Commodity structure of online sales in Ukraine, 2017
Source: Omnibus GFK Ukraine

Among those who shop online, most people are 26–35 years old – every third of them shop on the Internet. They are followed by young people – every fourth Ukrainian has been buying goods online

for 16–25 years. And the same activity of Internet buyers aged 36–45 and 46 and older. In these age groups, every fifth person is not afraid of online purchases [21].

In 2014, Ukrainians began to increasingly switch to electronic payments to pay for goods on the Internet. Systems of multi-level verification of electronic payments that have not previously worked in Ukraine are being introduced. When making a purchase on the Internet, payment for a product or service is frozen in the bank account until the buyer confirms receipt of the goods. This allows you to make online payments more secure by increasing your interest in online purchases.

Increasing the speed of the mobile Internet can lead to an increase in online purchases from phones and tablets. In February 2015, the three largest mobile operators in Ukraine acquired licenses for third generation (3G) communications. Since 2016, work has begun on the transition to 4G, which should be completed by 2020 [22].

According to UADM, the main trends of the current year will be the creation of websites for making purchases from a mobile phone and the development of mobile payment services. The site interface will be simpler, while the consumer will be able to customize the site for themselves. Online stores will begin to use multi-channel marketing to attract customers, automate marketing processes and develop a logistics system. An increased interest in text-based advertising on blogs and video reviews on online shopping sites is also expected. Show-rooms and marketplaces will be developed.

The main demand online for equipment and clothing (Fig. 4). And they practically do not make purchases of food on the Internet. However, it cannot be said that the reason is the desire to go to the store without fail and choose the fresher product. Yet it is also affected by the fact that the proposals are not as many as we would like [23].

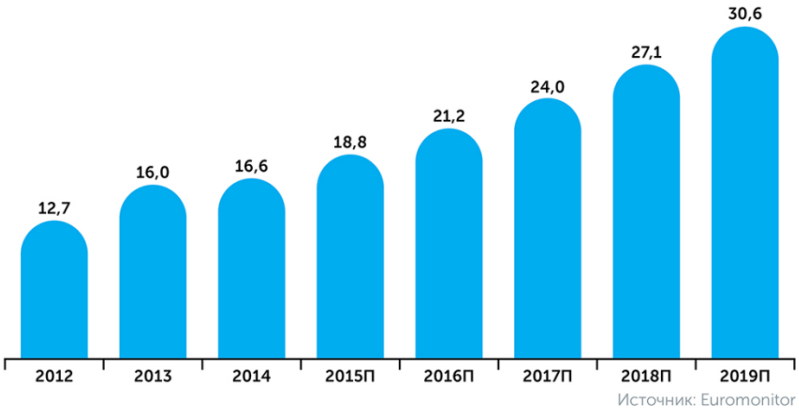


Fig. 5. Dynamics of the online retail market, UAH billion
Source: Euromonitor

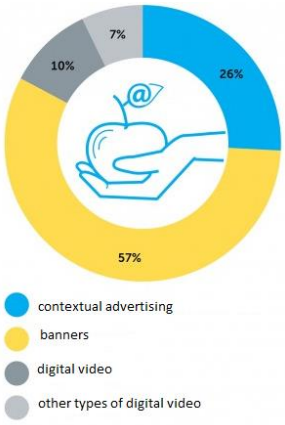


Fig. 6. Structure of Internet-advertisement by the types
Source: Ukrainian Advertising Coalition

The turnover of online retail in Ukraine in 2014 grew by 4% and amounted to 16.6 billion UAH, according to Euromonitor. The most popular are electronics and home appliances. Last year, the share of online purchases for the first time exceeded offline purchases in this segment. According to a Taylor Nelson Sofres (TNS) survey conducted during a global survey of the Ukrainian e-commerce market, 64% of respondents buy electronics online. The number of online shoppers is approaching 4 million people. Clothing remains the second most popular product: 35% of respondents regularly buy it online. 26% of purchases of tickets for transport is made online [22].

In connection with the fighting in the east of Ukraine, the demand for military products increased. According to the data of Allbiz, the number of people willing to purchase products from the “Weapons and Equipment” category increased 2.5 times in 2014, and the product category was in the 20 most popular on the site. In Allbiz also note that during the crisis, the Internet began to look

for suppliers of almost all goods and services. In June-October, 182 requests for airplanes and helicopters were received through the system (in the b2b segment). And in b2c, the traffic of the markets "Sport and Rest" (the increase by 76% compared with 2013) and "Water, gas, heat" (73% growth) increased the fastest. Up to 30% of purchases are generated by smartphone users in F.ua. And at the beginning of the year only 10% of purchases were made from the mobile on the site, the growth occurred after the mobile version of the site was updated. The company notes that the rate continues to grow. In Citrus, the share of mobile visitors has already exceeded 50%, but less than 10% of them make purchases [22].

Visitors from mobile devices for the year form 37.2% of Mebelok traffic, another 7.2% from tablets. However, their conversion is significantly lower than with desktop devices.

For price comparisons in 2017, Ukrainians preferred the three main price aggregators: price.ua, hotline.ua and market.yandex.ua, according to GFK.

Hotline.ua was recognized as the best price-aggregator in the framework of the Ukrainian E-commerce Awards 2017, then it was visited 21.8 million times.

In 2017, marketplaces mainly grew in e-commerce, due to their expansion of the range. For example, Rozetka already has 1.2 million goods in the assortment, the buyer is gradually getting used to shopping in online stores and begins to buy not only electronics, but also clothes, services and other categories [21].

The leader among the marketplaces (marketplaces) is olx.ua, which shifted to second place aukro.ua. OLX is an international network of sites offering free online bulletin board services. The network operates in 114 countries and is owned by the international media and digital company Naspers. In Ukrainian OLX, the most popular section is "Real Estate". In 2014, over 1.3 million transactions were concluded on residential real estate (26.5% of all closed transactions). Electronics (18.7%), fashion (14.9%) and products for children (12.1%) are also popular. Last year, the demand for schoolchildren increased the most (three times) and children's goods (twice).

In 2017, 39% of online shoppers were shopping through social networks. Most often they buy clothes, accessories, gifts, shoes, cosmetics, perfumes and products for children [21].

According to Prom.ua, 52.4% of Internet buyers are women, 51.5% are people aged 25 to 34, 83.7% visit the site from personal computers and only 16.3% from mobile devices. Consumer goods are the most popular at Prom.ua (65%). The goods for business account for 28% and 7% – for services. The most popular payment methods are cashless payments and cash on delivery. Almost a quarter of purchases paid in cash. The size of the average check varies in different regions of Ukraine and ranges from 607 to 1157 UAH.

PrivatBank also entered the price aggregators market. The network has already appeared version of "PrivatMarket." According to the catalog on the main page of the site, the price aggregator will analyze prices in all major product categories: from building materials and electrical engineering to household goods and sports [22].

In 2017, the online advertising market volume amounted to UAH 2.1 billion, or 23.3% of the Ukrainian advertising market, according to the Ukrainian Advertising Coalition (UAC).

The main directions of online advertising: banner (including the affiliate network of Google, Yandex, ads in social networks, mobile and multimedia advertising, sponsorship) and paid issuance in search engines (Fig. 6) [22].

The difficult political and economic situation had a negative impact on the marketing services market. In 2014, the segment of digital support for marketing services fell from 42 to 34 million UAH.

Digital marketing in 2018 grow by 5–6%, according to analysts of the Ukrainian Advertising Coalition [1].

Companies pay more attention to online coverage of events and the sharing of publications, as they save the least on digital communications. This segment of advertising is less affected than others during the current crisis: if you count the income in hryvnia, user involvement in this segment is the cheapest.

In the client environment comes an understanding of the leading role of digital-agencies at the level of technical solutions.

The model of research the influence of IMC on consumer decision-making process

Also, modelling the research of IMC influence on consumer behaviour is important for facilitating meaningful comparisons between different companies (in-depth analysis of competition), time etc. To create such a research model (Fig. 7), had to test several variables, in terms of matching model components and its functional relationship with theoretical precepts accepted as defining IMC [24].

Block A – Integrated marketing communication – refers to the ways in which communication is found in all four components of marketing mix namely the product, price, distribution and marketing communications. Such influence must be founded on market research that supports appropriate market segmentation. For example, a product is designed to meet needs of clearly defined consumers' segment, it is brought to market at a certain price through the appropriate distribution channels and the marketing communications are structured in a particular way, tailored to the characteristics of the target segment. The instruments which support and organize the integrated marketing communication activities are integrated communication strategy and integrated communication plan. The integrated communication strategy is reflected in market positioning based on the objectives aimed by the company and on communication axis. The integrated communication plan is focused on choosing the specific components, taking into account their effective correlation in terms of optimizing costs.

Block B – Consumer behaviour – is composed of five dimensions through which specialists define this process, on the conceptual. These basic processes of consumer behaviour are also used by the real marketing, through the definition of operational endogenous or exogenous variables, as appropriate. The five basic processes of this block, that perception, information / learning, attitude, motivation and actual behaviour of the highly multidimensional, which is taken into account in the design and implementation of many forms of behavioural studies.

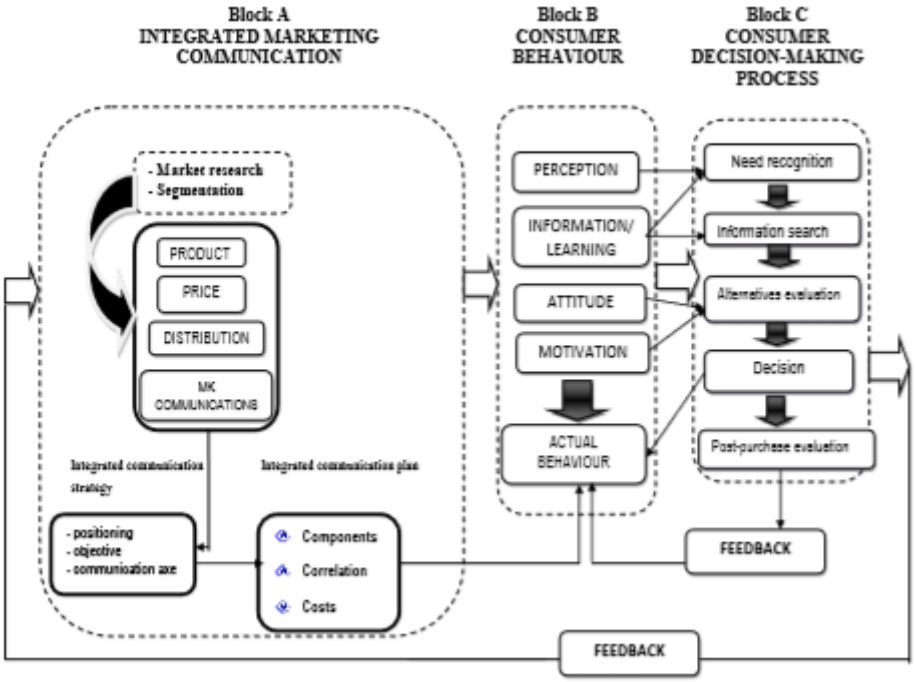


Fig. 7. Model of research the IMC influence on the consumer decision-making process
Source: [24]

Block C – Consumer decision-making process – consists of stages through which the consumers when deciding to purchase goods and services generally accepted by experts in the field of marketing: need recognition, information search, evaluation of alternatives (evoked set), evaluation result and when buying, post-purchase evaluation. Obviously, the stages of a buying decision are determined by product specific, consumer target segment and the particularities of the five elementary processes which composed the consumer behaviour. The functional relations of the model are divided in three categories, as follows: main functional relations, illustrated in the model by the horizontal block arrows, which describe graphically the essential relations between blocks; secondary relations illustrated by lines, which describe structural links between components of the same block or of different blocks; feedback lines (one shows the influence of post-purchase evaluation on the actual behaviour regarding another similar purchase and the other links the Block C with Block A, as a result of the systemic perspective adopted for this model. The multidimensional relationship between all the blocks' components, illustrated by the model, is described further.

Block A Block B

IMC (Block A) influence on consumer behaviour processes, based on results of market research and market segmentation, is propagated by each component of marketing mix (product, price, distribution and marketing communications), exploring its communicational potential and is reflected in integrated communication strategy and in integrated communication plan There are many ways in which product characteristics and attributes affect the consumers' perception about it. The findings indicate that consumer's perception of products is influenced by its physical characteristics alone and in some cases, by the product attributes which are marketing communications based, derived from brand images and brand differentiation [25]. Price, as another component of integrated marketing communication has direct implications on the perception. There is considerable evidence that for many products consumer judges the quality by price, even consumers' subjective of price are not fully explained [26–27]. Consumer perception is also related to the distribution, including type of distribution (direct or indirect; intensive, selective or exclusive) and store characteristics [28], namely location, design, product assortment, services and personnel. Method of distribution must be consistent with brand image and price [29]. All IMC components transmit to consumers various information, so they support the learning process by which they acquire the purchase and consumption knowledge. Learning process permanently evolves and changes as an effect of newly acquired knowledge gained from reading, observation, discussions and actual experience. Forming or changing attitude is one of the most important goals of IMC, being influenced by product, price, distribution and marketing communications, but also resulting from direct or vicarious experience that an individual has with the attitude object [30]. The complex process of motivation has the force to activate behaviour, providing in the same time purpose and direction to that behaviour [31]. IMC could globally influence motivation, especially through marketing communications component. Discovering the motives that a product can satisfy, determines the product, price and distribution key features.

Block B Block C

The processes that describe the Consumer Behaviour (Block B) are influenced, each one, in various proportions and combinations by the components of mix marketing belonging to Block A and by the operational tools (integrated communication strategy and plan). Block B has a main resultant which reflects the differentiated and particular influence of the behavioural processes on the stages of consumer decision-making process. The first stage of consumer decision-making process is described in the literature as problem or need recognition. It is a result of a difference perceived by an individual between a desired state and an actual state [32]. Perception has an important role in evaluating the actual state, because it drives problem recognition, not some objective reality. All the components of IMC have to be tailored for solving consumer recognized problem. This could involve developing of a new product or altering characteristics of an existing one, changing pricing policy, modifying channels of distribution and adapting marketing communications structure. IMC

strategy must take into account the type of consumer identified problem. If there is an active problem (consumer is aware of it) has to focus on convincing consumer that a specific product is the best solution. In case of an inactive problem, the strategy aims to determine consumer to recognize a problem then offer a possibility to solve it. The second stage of consumer decision-making, the information search is based on learning process due to which consumer has usually previous knowledge and experience related to a product (internal search). Information gathered from external sources (external search) are based mostly on product characteristics (including packaging and label) and marketing communications. Consumer's information search depends on the importance of purchase and the easiness to obtain information [33]. The evaluation of alternatives stages is conditioned by the type of consumer's choice [31]. The evaluation process is closely linked to learning, motivation and attitudes. In case of affective choice, the evaluation of a product is generally focused on the way it will make the user feel as it is used. The motivation framework in this situation is based on consumers' motives and promotion-based regulatory focus. IMC could affect this stage by coordinating the appropriate marketing communications tools to highlight positive feelings resulted from product using. A similar approach is reflected in attitude-based choice. This type of choice involves use of general attitudes and impressions or heuristics and all the components of IMC could have a contribution to attitude forming. The third type of choice is made on a different base, requiring the comparison of each specific attribute across all the brands considered [31]. As a result, the choice is influenced mostly by practical aspects as product characteristics and price and is based especially on learning and motivation. Decision stage is a resultant of the previous four stages and it is materialized in consumer's actual behaviour. Consumer decision-making process is completed with post-purchase evaluation, in which consumer compares the product real performance with his expectations. As source [15] explains, an important component of post-purchase evaluation is the reduction of any uncertainty that consumer might have about his choice. This evaluation generates feedback which increases the experience level and is included further in learning process, influencing future related decisions.

Block C Block A

The relationship between consumer-making decision and IMC is materialized in feedback. Based on consumer research, all the IMC components could be revised and improved, taking into account the main aspects resulted from consumers feedback [34].

6. Conclusions, implications and further research

The research of integrated marketing communication influence on consumer decision-making process in virtual enviroment is a complex activity involving in-depth analysis of the relationship and instruments through which this influence is exercised. To study the interaction between IMC components and processes that form the consumer behaviour in Internet is necessary to validate the model created for this purpose, which can be achieved using the findings of a qualitative research (i.e. focus-group) combined with quantitative research (i.e. survey). This model of study the IMC impact on need recognition, information search, and evaluation of alternatives, decision and post-purchase evaluation offers the possibility to adopt strategic marketing decisions, based on correct understanding of consumer's judgments and actions.

Several key findings are derived from this research:

- the internet has become more accessible to Ukrainian people of different backgrounds, including female consumers, young and old people, and those with high school or below high school education;
- the access to the internet has become more convenient for the Ukrainians, as more people are getting online by mobile devices and they spend a substantial amount of time visiting native-language websites;
- more Ukrainians are picking up online shopping, although mostly for standardised products;
- an increasing proportion of online shoppers opt to pay online with payment cards and use the delivery services provided by the private logistic firms.

However, consumers are still concerned about the quality of products purchased on the internet and the security of online transactions. In addition, comparing our findings with those of the past studies indicates that the overall characteristics of the Ukrainian internet users are becoming similar to those of the more internet-mature markets such as the USA and europian countries. All of these developments have important implications for firms that wish to take advantage of this rapidly expanding consumer market. The most important insight is that marketers hoping to do business in Ukraine should realise that the internet holds great potential for their business. The internet is becoming a commodity in people's daily lives as more people are getting access to it by mobile devices. Marketers could potentially use the internet to promote their products to a large audience composed of both male and female consumers, both the highly educated and those with only a high school education, and both the old and the young. In short, marketers should start to treat the Ukrainian online population as a mass market with many niche markets in which they could do business.

References

1. Osadchiy, A. (2018). *iForum 2018 – Internet audience of Ukraine in numbers and trends* [iForum 2018 – internet-auditoriya Ukrainy v tsifrakh i trendakh], available at: https://liferead.media/business/iforum-2018-internet-auditoriya.html [in Russian]
2. Duncan, T. R. & Everett, S. E. (1993). *Client perceptions of integrated marketing communications*, Journal of Advertising Research, No. 33 (3), pp. 30–39.
3. Gould, S. J., Grein, A.F. & Lerman, D. B. (1999). *The role of agency-client integration in integrated marketing communications: a complementary agency theory inter-organizational perspective*, Journal of Current Issues and Research in Advertising, Vol. 21, No. 1, pp. 1–12.
4. Hartley, B. & Pickton, D. (1999). *Integrated marketing communications requires a new way of thinking*, Journal of Marketing Communications, No. 5, pp. 97–106. *DOI: http://dx.doi.org/10.1080/ 135272699345699*.
5. Schultz, D. E. & Schultz, H. (1998). *Transitioning Marketing Communication into the 21st Century*, Journal of Marketing Communications, No. 4, pp. 9–26. DOI: http://dx.doi.org/10.1080/ 135272698345852.
6. Hutton, J. G. (1996). *Integrated marketing communications and the evolution of marketing thought*, Journal of Business Research, No. 37 (3), pp. 155–163. DOI: http://dx.doi.org/10.1016/ S0148-2963(96)00065-3 Kamen.
7. Duncan, T. R. & Moriarty, S. E. (1998). *A communication-based marketing model for managing relationships*, Journal of Marketing, No. 62 (April), pp. 1–13.
8. Cornelissen, J. P. (2001). *Integrated marketing communications and the language of marketing development*, International Journal of Advertising, No. 20 (4), pp. 483–498.
9. Duncan, T. (2004). *Principles of advertising & IMC*, Boston, McGraw-Hill.
10. Litovchenko, I., Shkurupskaya, I. (2016). *Industry 4.0 as a major factor in the formation of IMC (Integrated Marketing Communications)*, Economic Herald of the Donbas Quarterly Scientific Journal, No. 4 (46), pp. 109–115, available at: http://www.evd-journal.org/download/2016/4(46)/pdf/ 20-Litovchenko.pdf.
11. Litovchenko, I. L., Shkurupskaya, I. O. (2016). *The development of marketing communications under the influence of the Industry 4.0*, International Scientific Journal "Industry 4.0", No. 2, pp. 103–107.
12. Schultz, D., Tannenbaum, S., Lauterborn, R. (2004). *The new marketing paradigm: integrated marketing communications*. Trans. from Eng. [Novaya paradigma marketinga: Integrirovannye marketingovye kommunikatsii; per. s angl.], Infra-M, Moskva, 234 s. [in Russian]
13. Burnett, J., Moriarty, S. (2001). *Introduction to marketing communication: an integrated approach*. Trans. from Eng. S. G. Bozhuk [Marketingovye kommunikatsii: integrirovannyy podkhod; per. s angl. S. G. Bozhuk], Piter, Sankt-Peterburg, 864 s. [in Russian]
14. Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Kollat, D. T. (1978). *Consumer behavior*. 3rd ed. Illinois, The Dryden Press.
15. Schiffman, L. & Kanuk, L. (2009). *Consumer behavior*. 10th ed. Prentice Hall, Chapter 8, 9.

16. Litovchenko, I. L., Shkurupskaya, I. O. (2016). *Investigation of the influence of consumer behavior on the formation of the integrated marketing communications*, St. Petersburg State Polytechnical University Journal. Economics, No. 5 (251), pp. 120–130.
17. Newman, E. J., Stem, D. E. & Sprott, D. E. (2004). *Banner advertisement and website congruity effects on consumer website perceptions*, Industrial Management and Data Systems, Vol. 104, No. 3, pp. 273–281.
18. Yong, C., Gruca, T. & Klemz, B. (2003). *Internet pricing, price satisfaction, and customer satisfaction*, International Journal of Electronic Commerce, Vol. 8, No. 2, pp. 31–50.
19. Brown, M., Pope, N. & Voges, K. (2003). *Buying or browsing? An exploration of shopping orientations and online purchase intention*, European Journal of Marketing, Vol. 37, pp. 1666–1684.
20. Sultan, F. (2002). *Consumer responses to the internet: an exploratory tracking study of online home users*, Journal of Business Research, Vol. 55, No. 8, pp. 655–663.
21. Zlatyeva, D. (2017). *Electronic year: the results of the Ukrainian e-commerce for the 2017th*. [Elektronnyy god: itogi ukrainskogo e-commerce za 2017], available at: https://rau.ua/analytics/e-commerce-za-2017 [in Russian]
22. Romanishin, A., Sinelnikov, E. (2015). *Research of the e-commerce market of Ukraine, 2015* [Issledovanie rynka elektronnoy kommertsii Ukrainy, 2015], available at: https://hub.kyivstar.ua/rynok-elektronnoy-kommercii-ukrainy [in Russian]
23. Fedorychak, V. (2018). *E-commerce in Ukraine 2018: figures, facts, interesting statistics* [Elektronnaya kommertsiya v Ukraine 2018: tsifry, fakty, interesnaya statistika], available at: https://ag.marketing/uk-ru/elektronnaya-kommertsiya-v-ukraine-2018 [in Russian]
24. Camelia, Mihart (2012). *Impact of integrated marketing communication on consumer behaviour: effects on consumer decision – making process*, International Journal of Marketing Studies, Vol. 4, No. 2, pp. 121–129. DOI: http://dx.doi.org/10.5539/ijms.v4n2p121.
25. Allison, R., & Uhl, K. (1964). *Influence of beer brand identification on taste perception*, Journal of Marketing Research, No. 1 (Aug), pp. 36–39.
26. Monroe, B. (1973). *Buyer's subjective perceptions of price*, Journal of Marketing Research, No. 10, pp. 70–80.
27. Elliot, G. & Cameron, R. (1994). *Consumer perception of product quality and the origin effect*, Journal of International Marketing, No. 2 (2), pp. 49–62.
28. Berry, L. (1969). *The components of department store image. A theoretical and empirical analysis*, Journal of Retailing, No. 45, pp. 3–20.
29. Arens, W. & Schaefer, D. (2007). *Essentials of contemporary advertising*, Boston, McGraw-Hill/Irwin, Chapter 4.
30. Fazio, R., Sanbonmatsu, D., Powell, M. & Kardes, F. (1986). *On the automatic activation of attitudes*, Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 50, No. 2, pp. 229–238.
31. Hawkins, D. & Mothersbaugh, D. (2009). *Consumer behaviour*. Building marketing strategy. 11th ed. McGraw-Hill/Irwin, Chapter 16.
32. Solomon, M. R. (2009). *Consumer behaviour. Buying, having and being*. 8th ed. Upper Saddle river, Prentice Hall, Chapter 1, 8.
33. Punj, G. & Staelin, R. (1983). *A model of consumer search behavior for new automobiles*, Journal of Consumer Research, 9 March, pp. 366–380. DOI: http://dx.doi.org/10.1086/208931.
34. Litovchenko, I. L., Shkurupskaya, I. A. (2015). *Integrated marketing communications of enterprises in the solar energy equipment market*: monograph [Integrirovannye marketingovye kommunikatsii predpriyatiy na rynke gelioenergeticheskogo oborudovaniya: monografiya], Naukova Dumka, Kiev, 212 s., available at: http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/4124 [in Russian]
35. Yu, J. (2006). *The evolution of Chinese consumers on the internet and its implications for marketing*, Electronic Marketing and Retailing, Vol. 1, No. 1, pp. 30–47.

Received: 21.09.2018. *Accepted: 04.10.2018.*

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

УДК 378:004.738.5

Тетяна Петрівна ЗБРИЦЬКА
кандидат економічних наук, доцент кафедри управління персоналом та економіки праці,
Одеський національний економічний університет, Україна, e-mail: s.t.p._@ukr.net,
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-3558-1795

Анастасія Іванівна ТАБАНОВА
викладач кафедри управління персоналом та економіки праці,
Одеський національний економічний університет, Україна, e-mail: atabanova@ukr.net,
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-3025-3346

АКТУАЛЬНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ В ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ

Збрицька, Т. П., Табанова, А. І. Актуальність використання інструментів соціальних мереж в освітньому процесі // 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. № 3 (67). С. 117–130.

Анотація. *У статті розглянуто характерні особливості соціальних мереж. Проаналізовано існуючі соціальні мережі та їх можливості (основні переваги та проблеми) з точки зору використання в освітньому процесі. Мета статті – дослідити можливість та готовність викладачів і студентів до використання соціальних мереж в освітньому процесі задля забезпечення більш ефективної спільної роботи в інтерактивному режимі. Проаналізовано можливості та готовність студентів і викладачів Одеського національного економічного університету (ОНЕУ) до залучення соціальних мереж в освітній процес. Наведено SWOT-аналіз стосовно залучення соціальних мереж в освітній процес ОНЕУ. Зазначено користь і обмеження IT-технологій у навчальному процесі для студента та викладача. Запропоновано інструменти застосування соціальних мереж та приклади використання в навчальному процесі певних соціальних мереж. Важливим стримуючим чинником впровадження інструментів соціальних мереж в освітній процес є неготовність цього процесу до залучення сучасних засобів навчання, адже в рамках дослідження автори дійшли висновку, що спостерігається відсутність науково обґрунтованих методичних рекомендацій, норм витрат часу та оплати праці викладача. Перераховані проблеми можуть бути вирішені шляхом створення умов для підвищення кваліфікації викладачів у галузі інформаційно-комунікативних технологій, а саме: розробкою ефективних методик застосування та оцінки використання соціальних мереж в освітньому просторі університету та здійсненням матеріального і морального заохочення викладачів, які активно використовують нові технології. Соціальні мережі не є основним засобом навчання, однак їх можливості у вирішенні освітніх завдань наразі недооцінюються професійним співтовариством.*

Ключові слова: *освітній процес; IT-технології; соціальні мережі; студенти та викладачі; інформаційно-комунікативні технології; дистанційно-інтерактивне навчання.*

Татьяна Петровна ЗБРИЦКАЯ
кандидат экономических наук, доцент кафедры управления персоналом и экономики труда,
Одесский национальный экономический университет, Украина, e-mail: s.t.p._@ukr.net,
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-3558-1795

Анастасия Ивановна ТАБАНОВА
преподаватель кафедры управления персоналом и экономики труда,
Одесский национальный экономический университет, Украина, e-mail: atabanova@ukr.net,
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-3025-3346

АКТУАЛЬНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Збрицкая, Т. П., Табанова, А. И. Актуальность использования инструментов социальных сетей в образовательном процессе // 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. № 3 (67). С. 117–130.

Аннотация. *В статье рассмотрены характерные особенности социальных сетей. Проанализированы существующие социальные сети и их возможности (основные преимущества и проблемы) с точки зрения*

© ЗБРИЦЬКА Т.П., ТАБАНОВА А.І., 2018

использования в образовательном процессе. Цель статьи – исследовать возможность и готовность преподавателей и студентов к использованию социальных сетей в образовательном процессе для обеспечения более эффективной совместной работы в интерактивном режиме. Проанализированы возможности и готовность студентов и преподавателей Одесского национального экономического университета (ОНЭУ) к привлечению социальных сетей в образовательный процесс. Приведен SWOT-анализ по привлечению социальных сетей в образовательный процесс ОНЭУ. Рассмотрены польза и ограничения IT-технологий в учебном процессе для студентов и преподавателя. Предложены инструменты применения социальных сетей и примеры использования в учебном процессе определенных социальных сетей. Важным сдерживающим фактором для внедрения инструментов социальных сетей в образовательный процесс является неготовность этого процесса к привлечению современных средств обучения, ведь в рамках исследования авторы пришли к выводу, что наблюдается отсутствие научно обоснованных методических рекомендаций, норм затрат времени и оплаты труда преподавателя. Перечисленные проблемы могут быть решены путем создания условий для повышения квалификации преподавателей в области информационно-коммуникационных технологий, а именно: разработкой эффективных методик применения и оценки использования социальных сетей в образовательном пространстве университета и осуществлением материального и морального поощрения преподавателей, которые активно используют новые технологии. Социальные сети не являются основным средством обучения, однако их возможности в решении образовательных задач сегодня недооцениваются профессиональным сообществом.

Ключевые слова: *образовательный процесс; IT-технологии; социальные сети; студенты и преподаватели; информационно-коммуникативные технологии; дистанционно-интерактивное обучение.*

Tatiana ZBRITSKA
PhD in Economics, Associate Professor, Personnel Management and Labor Economics Department,
Odessa National Economic University, Ukraine, e-mail: s.t.p._@ukr.net,
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-3558-1795

Anastasiia TABANOVA
Lecturer of Personnel Management and Labor Economics Department,
Odessa National Economic University, Ukraine, e-mail: atabanova@ukr.net,
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-3025-3346

THE RELEVANCE OF SOCIAL NETWORK TOOLS USING IN EDUCATIONAL PROCESS

Zbritska, T., Tabanova, A. (2018). The relevance of social network tools using in educational process. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Aktualnist vykorystannia instrumentiv sotsialnykh merezh v osvitnomu protsesi; za red.: M. I. Zvieriakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; Vìsnik socìal'no-ekonomìčnih doslìdžen' (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 3 (67), pp. 117–130.

Abstract. *The article considers the characteristic properties of social networks. The existing of social networks and their possibilities (main advantages and problems) in terms of using in the educational process are analyzed. The purpose of article is to investigate the teachers and students possibility and readiness to using of social networks in educational process to ensure more effective collaboration in the interactive mode. The possibilities and readiness of students and teachers of Odessa National Economic University (ONEU) to use social networks in the educational process are analyzed. The SWOT-analysis on social networks attraction in the ONEU educational process is given. The advantages and limitations of IT-technologies in the educational process for students and teacher are considered. The tools of social networks application and examples of their using in educational process are offered. An important factor, which encumbering of social networking tools implementation in educational process are the unavailability of this process to attract modern teaching aids, because in the study, the authors concluded that there is a lack of scientifically grounded guidelines, time-consuming norms and teacher's remuneration. These problems can be solved by conditions creating for advanced of teachers training in the information and communication technologies sphere, namely: the material and moral teachers incentives, who are actively using a new technologies and developing of effective methods for social networks applying in the university educational space. Social networks are not main means of learning, but their opportunities to educational problems solving is underestimated by the professional community today.*

Keywords: *educational process; IT-technologies; social networks; students and professors; information and communication technologies; remote-interactive learning.*

JEL classification: *I210*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сьогодні наше життя важко уявити без Інтернету та пошуку інформації. Розвиток веб-технологій та їх вплив на сучасне суспільство призвели до зміни способів і форм комунікації в Інтернеті. Інтернет став майданчиком для безмежної передачі й обміну інформацією, знаннями та платформою для спілкування людей із різних міст та країн.

В умовах становлення й розвитку інформаційного середовища сучасний стан вищої освіти потребує вдосконалення методологічного підходу викладання дисциплін у ЗВО, яке сприяло б якісній підготовці висококваліфікованого, компетентного та конкурентоспроможного сучасного викладача та студента.

Відповідно до Національної стратегії розвитку освіти України на період до 2021 року [1] визначається необхідність спрямування діяльності педагогічних працівників на пошук нових моделей організації навчання та формування безпечного освітнього середовища, створення інформаційної системи підтримки освітнього процесу, спрямованої на здійснення її основних функцій, а також доступу закладів вищої освіти до світових інформаційних ресурсів.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Питання щодо використання соціальних мереж та ІТ-технологій у навчальному процесі досліджувалися в роботах багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених.

Дослідження проблем й особливості використання інтернет-сервісів у освітній галузі в своїх працях розглядали вітчизняні науковці: Т. Архіпова, О. Андрєєв, Ю. Богачков, О. Буров, В. Гриценко, Н. Дементієвська, С. Івашньова, І. Іванюк, С. Литвинова, С. Семеріков, О. Слободяник, А. Хутірський, О. Щербаков, Г. Щербина, А. Яцишин та ін.

Дослідження теоретичних та практичних основ використання інформаційно-комунікативних технологій в освіті висвітлені в роботах таких зарубіжних вчених: М. Амбруст, Є. Діканський, С. Крібель, Г. Левкин, Дж. Мерредіт, О. Мнацаканян, Н. Морзе, В. Фрейман та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Аналіз літературних джерел показав, що при значних досягненнях вітчизняних та зарубіжних дослідників у вивченні питань впровадження сучасних інновацій розвитку інформаційного середовища в навчальний процес, вони все ж таки на практиці не знайшли достатнього обґрунтування. На жаль, поширена ситуація, коли викладач для вирішення завдань навчального процесу, лише частково використовує соціальні мережі та ІТ-технології, наприклад, забезпечення віддаленого доступу до навчальних матеріалів, установка зв’язків зі студентами, автоматизовані результати перевірки знань, канал зворотного зв’язку зі студентами.

Постановка завдання. Метою статті є розглянути та довести можливість використання інструментів соціальних мереж в освітньому процесі щоб забезпечити спільну роботу в інтерактивному режимі: студента й викладача, аспіранта та керівника, викладачів та студентів між собою тощо. Тому, вважаємо за доцільне проаналізувати існуючі соціальні мережі та їх можливості з точки зору використання в освітньому процесі, а також рівень користування соціальними мережами серед студентів та викладачів на основі даних Одеського національного економічного університету.

Виклад основного матеріалу дослідження. Соціальна мережа – це спільнота людей, пов’язаних спільними інтересами, спільною справою або мають інші причини для спілкування між собою. Найбільш загальне і поширене визначення соціальних мереж можна знайти в Інтернет-енциклопедії: «Соціальна мережа – це платформа, онлайн-сервіс або веб-сайт, призначені для побудови, відображення і організації соціальних взаємовідносин, візуалізацією яких є соціальні графи. Термін вперше був введений соціологом з Манчестерської школи Джеймсом Барнсом у 1954 р., задовго до появи Інтернету та сучасних веб-вузлів [2]. Характерні особливості соціальних мереж відображено на рис. 1.

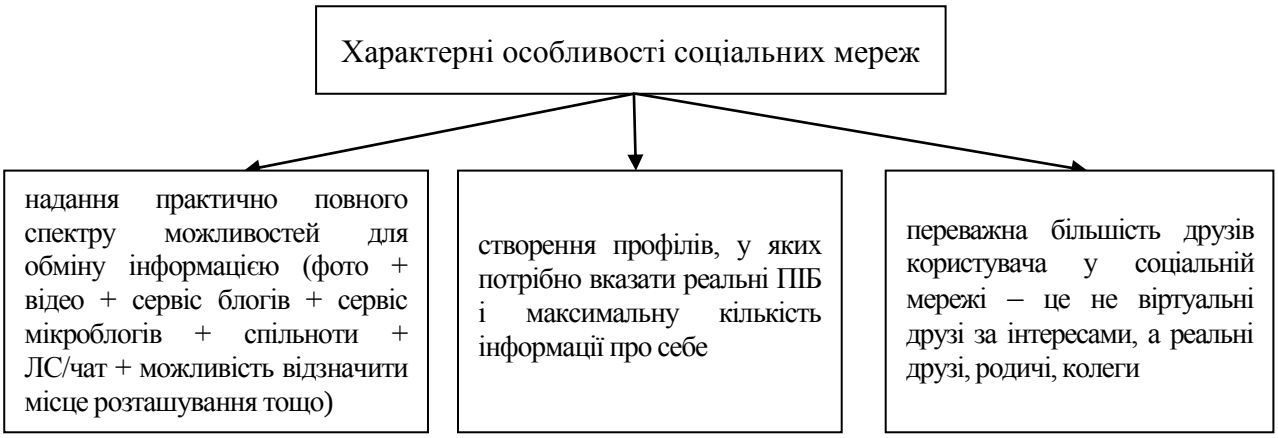


Рис. 1. Характерні особливості соціальних мереж (розроблено авторами за даними [2])

Виділимо основні можливості застосування соціальних мереж в освітньому процесі університету та їх основні переваги (рис. 2; 3).

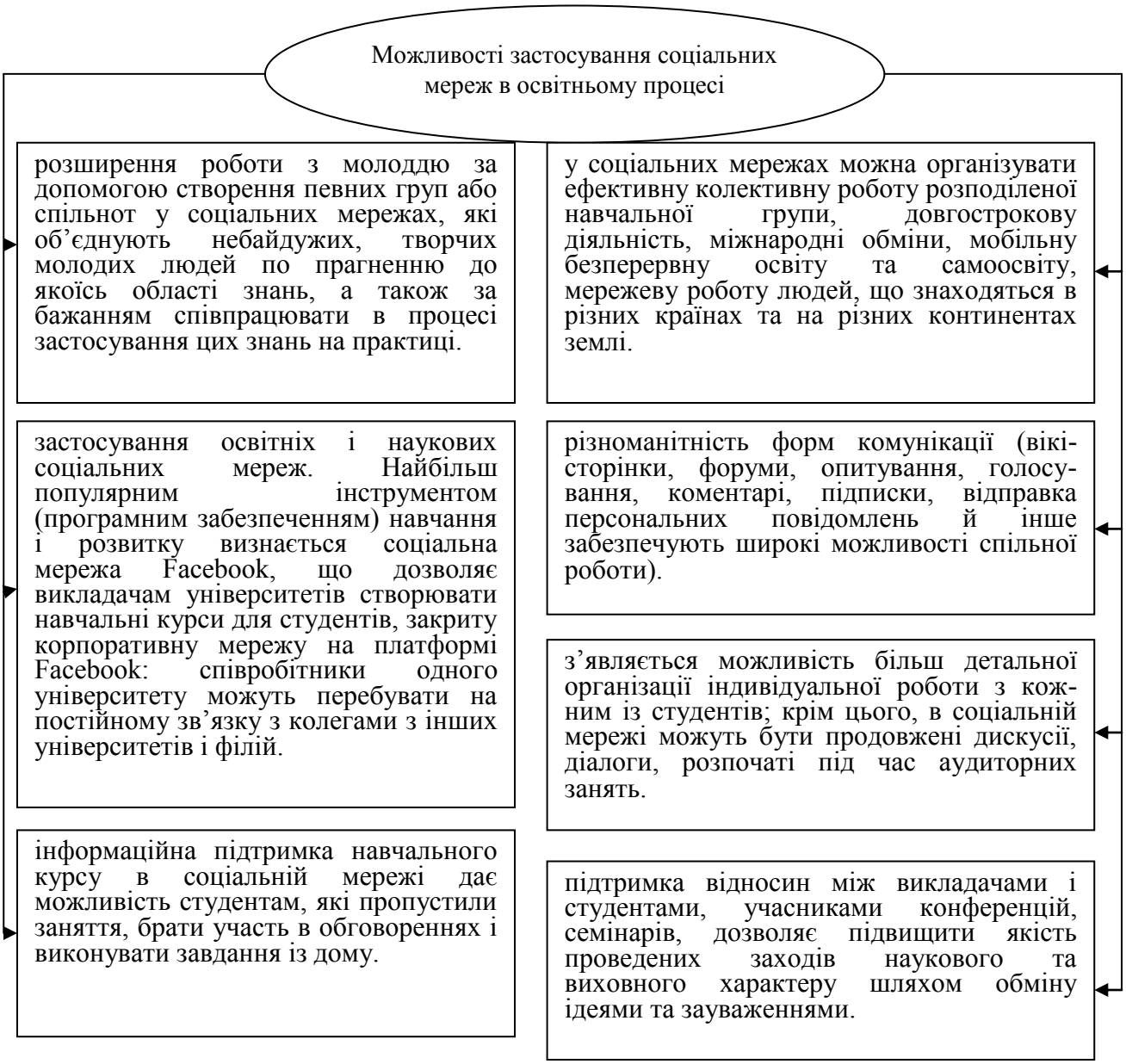


Рис. 2. Можливості застосування соціальних мереж в освітньому процесі (розроблено авторами за даними [3])

Рис. 3. Основні переваги соціальних мереж (розроблено авторами за даними [3; 4])

Сайти соціальних мереж володіють наступними можливостями:

– активне спілкування;
– створення публічного або напів публічного профілю користувача (наприклад, профіль може містити дату народження, школу, ЗВО, хобі тощо);
– користувач може створювати і підтримувати список інших користувачів, з якими у нього є деякі відносини (наприклад, дружби, спорідненості, ділових і робочих зв'язків тощо);
– перегляд та пошук зв'язків між користувачами всередині системи (наприклад, користувач може бачити друзів своїх друзів, однокласників й однокурсників).

Стрімкий прогрес і постійне оновлення в області інформаційних технологій дає можливість використовувати можливості Інтернет-технологій як ефективний засіб навчання. При використанні глобальної Інтернет-мережі відбувається формування інформаційно-освітнього середовища, яке повною мірою дозволяє реалізувати сучасні технології навчання. Використання соціальних мереж як педагогічного інструменту стає вкрай актуальним.

Досліджуючи цю тему, можна виявити відмінну рису навчання за допомогою соціальних мереж, яку можна назвати дистанційно-інтерактивним навчанням, що виражається у можливості придбання знань за рахунок інтерактивності, тобто взаємодії з іншими учасниками освітнього процесу «на відстані».

Можна погодитися з думкою А. В. Хутірського, що «... сьогодні поняття «дистанційна освіта» насичене іншим змістом – це використання новітніх телекомунікаційних технологій – Інтернету, соціальних мереж тощо. Під дистанційним навчанням можна розуміти таке навчання, при якому віддалені один від одного суб'єкти навчання, тобто учні та викладачі, здійснюють освітній процес за допомогою певних засобів телекомунікації…» [2].

На сьогоднішній день існують різноманітні моделі дистанційного навчання: інтеграція очних та дистанційних форм навчання; навчання із залученням дистанційних курсів; використання кейс-технологій; дистанційне навчання на основі інтерактивного телебачення (Two-way TV) або комп'ютерних відео-конференцій.

Найбільш прийнятна модель, заснована на інтеграції аудиторних занять (лекції, семінари, практичні заняття тощо) та дистанційно-інтерактивних форм навчання (вебінари, відеозаписи, відео-конференції, форуми, обговорення, дискусії, телеконференції тощо). Вона передбачає індивідуалізацію та, водночас, широку інтерактивність навчання, що у сучасному освітньому процесі є найбільш перспективним. Її застосування збільшує можливості самостійного й групового занурення в досліджуваний матеріал, створює умови для

використання дослідницьких підходів у навчанні, самостійного та групового пошуку інформації з метою вирішення проблеми, вміння працювати з інформацією індивідуально і в командах.

В останні роки у світовому педагогічному співтоваристві питання застосування соціальних мереж в освіті бурхливо обговорюються. Багато хто скептично ставиться до можливості використання мереж як педагогічного засобу навчання, так як традиційно соціальні мережі розглядаються як середовище для проведення вільного часу та розваг. Вважаємо, що соціальні мережі не можуть бути єдиним засобом дистанційного навчання, але їх освітні можливості нині є недостатньо оціненими. Інтерес до соціальних мереж обумовлений необхідністю встановити пряму ефективну комунікацію з учасниками освітнього процесу й споживачами освітніх послуг. Соціальні мережі можуть служити додатковим «неформальним містком» між викладачем, студентом, майбутнім студентом (абітурієнтом), потенційним роботодавцем, тощо. При серйозному та професійному підході до організації освітньої діяльності за допомогою соціальних мереж первинний дискомфорт буде подолано, а зусилля – винагороджено.

Для більш детального аналізу можливостей та готовності студентів і викладачів до залучення соціальних мереж у освітній процес було проведено соціологічне дослідження на основі даних ОНЕУ. Анкета складалася із 10 питань, в соціологічному дослідженні брали участь 212 студентів та 50 викладачів різних факультетів (рис. 4; 5).

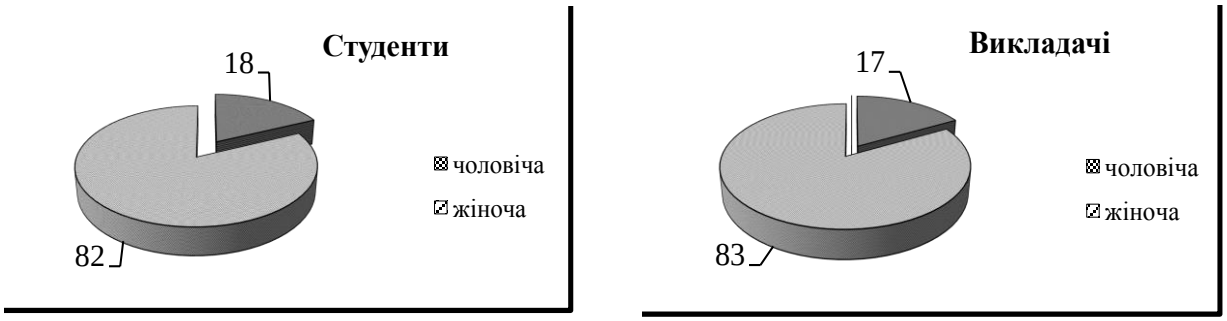


Рис. 4. Розподіл респондентів за статтю, % (розроблено авторами)

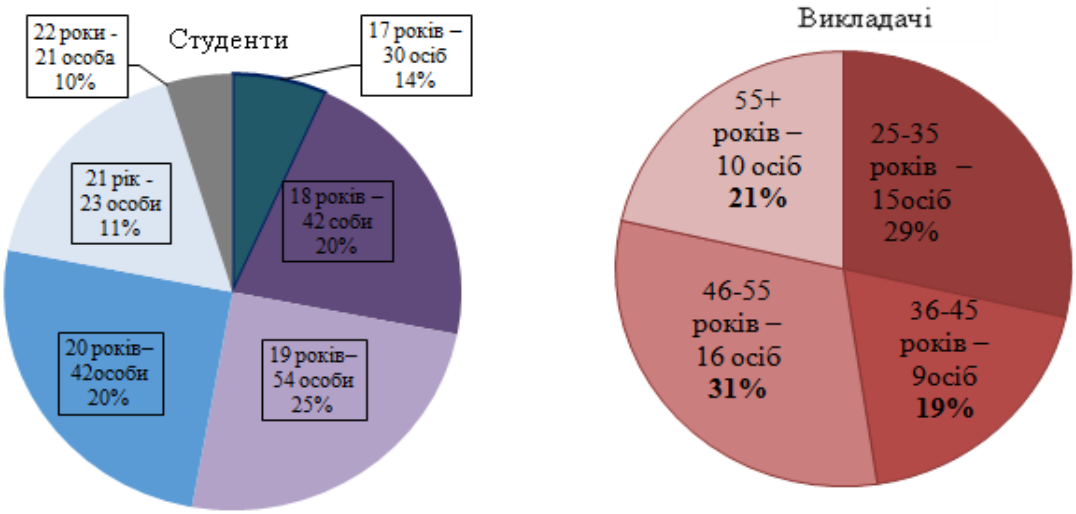


Рис. 5. Вікова структура респондентів, осіб, % (розроблено авторами)

Вікова структура студентів – 17–22 роки, із них 60% – це студенти 18–20 років. Вікова структура викладачів – 25–55+ років (рис. 5).

На сьогоднішній день соціальні мережі – один із значущих елементів сучасного суспільства, їх вплив поширюється на усі сфери людського життя: культура, повсякденне

життя, освіта, влада. Використання соціальних мереж у навчальному процесі – це ефективний засіб підвищення мотивації та якості навчання, тому застосування інформаційно-комунікативних технологій є найбільш затребуваним напрямом в сфері освіти.

Сучасний студент повинен вміти самостійно та активно працювати з інформацією, піддавати її критичній оцінці й застосовувати відповідно до цілей і завдань своєї діяльності. Сьогодні в глобальній Інтернет-мережі знаходяться технології, які можна активно використовувати в процесі навчання. Однією з найбільш відомих є створення навчальних блогів. Легкість ведення, а також доступність дозволяє публікувати інформацію не тільки за допомогою персонального комп'ютера, але і за допомогою мобільних телефонів, смартфонів. Корисними в освітньому процесі можуть стати викладацькі блоги, за допомогою яких можна ефективно управляти самостійною позааудиторною роботою студентів, а також створювати завдання, спрямовані на вдосконалення практичних навичок з дисципліни.

Останнім часом все частіше з'являються наукові та освітні соціальні мережі. Визнаним у цій області інструментом навчання і розвитку є американська соціальна мережа Facebook, кількість користувачів якої понад 800 мільйонів осіб [4]. На платформі Facebook викладачі створюють освітні курси, формують закриту корпоративну мережу слухачів у рамках організації: співробітники однієї компанії можуть перебувати в постійному зв'язку з колегами з різних філій, публікувати новини тощо.

В рамках цього дослідження було визначено популярність соціальних мереж серед викладачів та студентів ОНЕУ (рис. 6).

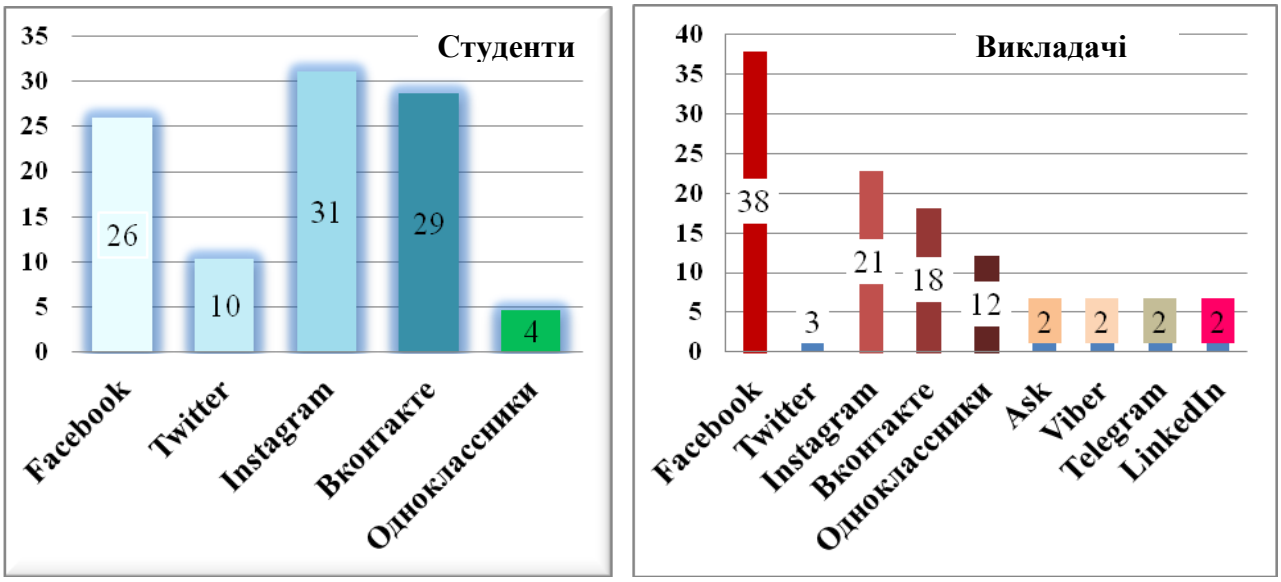


Рис. 6. Популярність соціальних мереж, % (розроблено авторами)

Серед студентів найбільш популярною є мережа «Instagram», а найменш популярна – «Одноклассники», що відображено на рис. 6. Викладачі надають перевагу мережі «Facebook» та більше ніж студенти користуються мережею «Одноклассники». Студенти, на відміну від викладачів, не відзначали варіант Viber через те, що не вважають даний сервіс соціальною мережею, розглядають його, скоріше як мессенджер.

Фахівці компаній «Adobe» і «Cisco» застосовують інструмент соціальних мереж для зручної організації конференцій. Користування соціальними мережами забезпечує ефективний обмін інформацією, стимулює пізнавальний інтерес й розвиток творчих здібностей. Усі ці чинники позитивно впливають на формування знань та умінь.

Попри низку переваг, пов'язаних із впровадженням соціальних мереж у навчальний процес, доцільно зазначити проблеми, що супроводжують їх використання в освітньому процесі (рис. 7).

Рис. 7. Проблеми, пов'язані з використанням соціальних мереж в освітньому процесі (розроблено авторами за даними [5, с.160–162])

На основі дослідження авторів статті було отримано наступні результати стосовно переваг та недоліків соціальних мереж в освітньому процесі (рис. 8; 9).

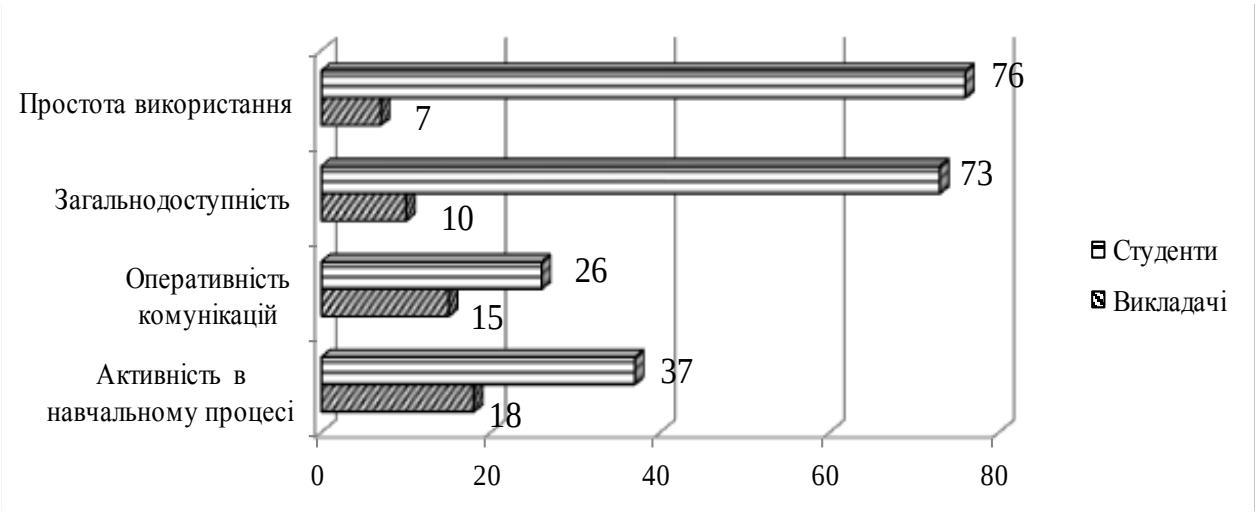


Рис. 8. Головні переваги соціальних мереж, які відзначили респонденти, осіб (розроблено авторами)

Дані рис. 8 демонструють розбіжності переваг використання соціальних мереж у навчальному процесі між студентами та викладачами. Студенти відзначають такі переваги соціальних мереж як простоту використання та загальнодоступність, а викладачі – оперативність комунікацій та активність в освітньому процесі.

Щодо недоліків використання соціальних мереж (рис. 9), то тут відповіді майже співпали – респонденти найбільш невдоволені наявністю реклами та зайвої інформації в соціальних мережах.

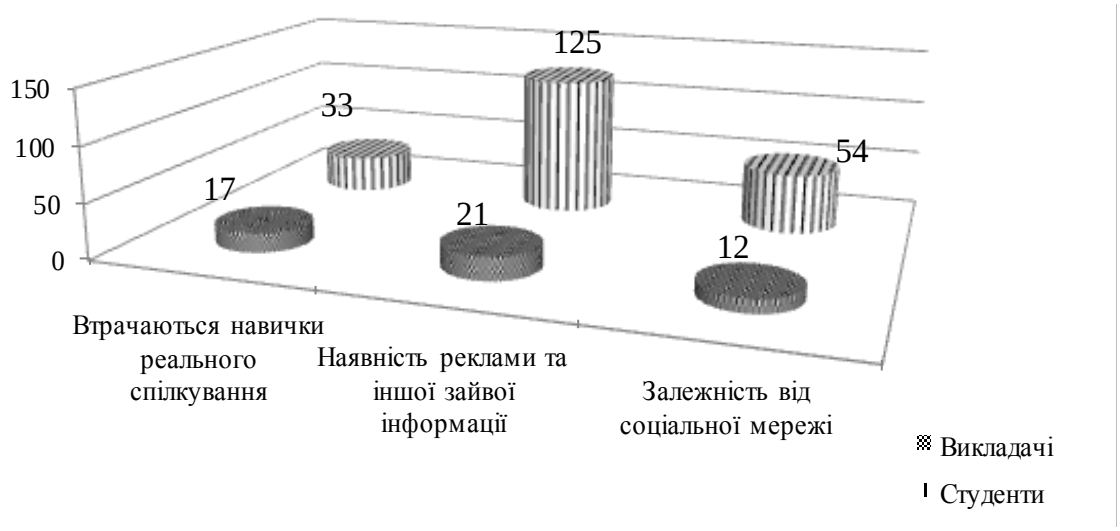


Рис. 9. Головні недоліки соціальних мереж, які відзначили респонденти, осіб (розроблено авторами)

Для вирішення цих проблем варто розробляти ефективні методики застосування соціальних мереж в освітньому просторі. Цінність використання соціальних мереж низько оцінена на сьогоднішній день.

Нами також було досліджено цільове використання соціальних мереж викладачами та студентами ОНЕУ (табл. 1).

Таблиця 1

Цільове використання соціальних мереж, осіб (можливість множинного варіанту відповіді) [розроблено авторами]

	Використання соціальних мереж	Студенти	Викладачі
1	Інформаційна підтримка навчального курсу	98	7
2	Організація ефективної колективної роботи між навчальною групою, самоосвіта	108	12
3	Використання в якості ведення власних блогів, особистісного розвитку та самореалізації	77	7
4	Організація або участь у форумах, опитуваннях, голосуваннях, он-лайн-конференціях	53	19
5	Використання у якості зв’язку з друзями, колегами, родичами	206	21
6	Забезпечення спільної роботи студента та викладача	99	17

В ієрархії цільового використання соціальних мереж (табл. 1) на першому місці, як для викладачів, так і для студентів, використання соціальних мереж у якості зв’язку з друзями, колегами, родичами. На другому місці, у студентів – організація ефективної колективної роботи між навчальною групою, самоосвіта, а у викладачів – організація або участь у форумах, опитуваннях, голосуваннях, онлайн-конференціях. На третьому місці, як для студентів, так і для викладачів, є забезпечення спільної роботи студента та викладача.

Вибір соціальних мереж в якості платформи для організації дистанційно-інтерактивного навчання має низку аргументів. Принципи побудови багатьох соціальних мереж такі, як ідентифікація, спілкування, присутність на сайті, взаємини, групи, репутація, обмін, пошук, інтеграція з іншими пропозиціями, дуже добре підходять для створення навчальної групи, класу в он-лайн просторі, в соціальній мережі. Розміщення освітнього ресурсу на базі соціальних мереж автоматично встановлює пряму ефективну комунікацію між викладачем і студентом, між студентом і студентом. Показовими є результати стосовно думки викладачів та студентів ОНЕУ щодо актуальності використання соціальних мереж в освітньому просторі (табл. 2).

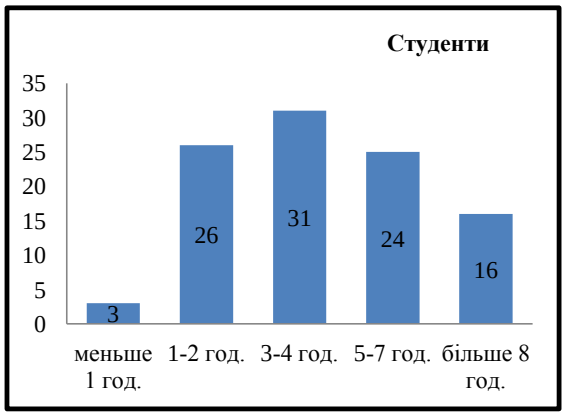
Таблиця 2

Думка респондентів щодо актуальності використання соціальних мереж в освітньому просторі, у відсотках (можливість множинного варіанту відповіді) [розроблено авторами]

	Твердження, з якими респонденти найбільш згодні	Студенти	Викладачі
1	Сучасний студент повинен вміти самостійно та активно працювати з інформацією, піддавати її критичній оцінці та застосовувати відповідно до цілей і завдань своєї діяльності	59	67
2	Використання соціальних мереж як викладацького інструменту стає надзвичайно актуальним	35	25
3	Найбільш прийнятна модель використання соціальних мереж у навчальному процесі заснована на інтеграції аудиторних занять та дистанційно-інтерактивних форм навчання	35	27
4	Мережеве співтовариство може служити додатковим «неформальним містком» між викладачем і студентом	53	45

Думки викладачів та студентів щодо актуальності використання соціальних мереж в освітньому просторі (табл. 2) майже однакові. Більшість респондентів зазначили, що сучасний студент повинен вміти самостійно та активно працювати з інформацією, піддавати її критичній оцінці та застосовувати відповідно до цілей і завдань своєї діяльності. Наступне твердження, з яким респонденти найбільш згодні, це – мережеве співтовариство може служити додатковим «неформальним містком» між викладачем та студентом. І майже однакові твердження щодо актуальності використання соціальних мереж як викладацького інструменту та стосовно того, що модель використання соціальних мереж у навчальному процесі має бути заснована на інтеграції аудиторних занять і дистанційно-інтерактивних форм навчання.

Вважаємо також за доцільне навести дані стосовно витрат часу студентів та викладачів на соціальні мережі протягом доби та емоцій, які вони переживають, перебуваючи у соціальних мережах (рис. 10; табл. 3).



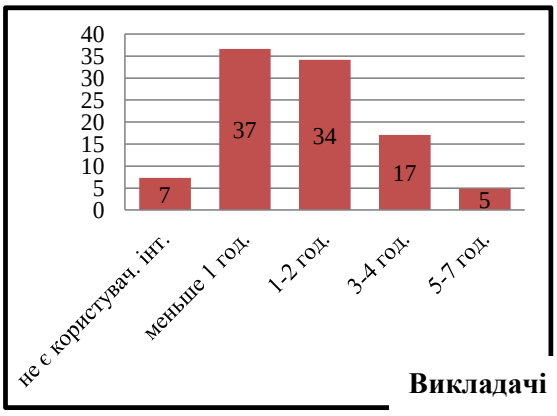


Рис. 10. Витрати часу на соціальні мережі за добу, % (розроблено авторами)

Аналізуючи витрати часу на соціальні мережі (рис. 10), можна стверджувати, що протягом доби студенти на відміну від викладачів витрачають на них набагато більше часу. В середньому студенти витрачають 1–7 годин на добу, натомість як викладачі лише 1–4 години. Найбільше студентів знаходяться в соціальній мережі до 4 годин, а викладачів – до 2 годин. А також серед викладачів 7% (3 особи із 50 осіб) взагалі не користуються Інтернетом.

З'ясувалося, що із 212 студентів 42% (88 осіб) виходять в соціальні мережі до 10 раз на добу; 21% (45 осіб) – до 20 раз/добу; 23% (49 осіб) – більше ніж 30 разів/добу та 14% (30 осіб) знаходяться практично постійно online.

Таблиця 3

Емоції, які переживають респонденти у соціальній мережі, % (розроблено авторами)

№ з/п	Емоції	Постійно		Часто		Рідко		Ніколи	
		Студенти	Викладачі	Студенти	Викладачі	Студенти	Викладачі	Студенти	Викладачі
1	Агресія	2	-	7	2	52	30	39	68
2	Радість	11	-	70	46	17	39	2	15
3	Нервозність	1	-	9	5	61	63	29	32
4	Втома	2	-	18	14	56	49	24	37
5	Прилив сил	3	-	37	22	47	41	13	37
6	Влада	1	-	15	-	44	17	40	83
7	Заздрість	1	-	7	2	39	20	53	78
8	Свобода дій	4	-	11	2	34	7	51	91

Щодо емоційного стану, що переживають респонденти у соціальній мережі (табл. 3), з'ясувалося, що агресію більшість студентів (52%, 110 осіб) переживають рідко, а 68% (34 викладача) ніколи її не відчувають. Радість у соціальних мережах переживають більшість респондентів, 70% (148 студентів) та 46% (23 викладача). Нервозність, втому та прилив сил, як студенти, так і викладачі переживають рідко. Владу відчувають рідко 44% (93 студента), а 83% (42 викладача) ніколи її не відчувають. Заздрість та свободу дій у соціальній мережі ніколи не відчувають більшість студентів і викладачів.

У сучасному середовищі заклади вищої освіти повинні використовувати різні системи управління навчальним процесом. З їх допомогою ЗВО будуть конкурентоспроможними та сприятимуть залученню студентів в інтерактивне, мобільне, стимулююче до навчання й спілкування середовище, що відповідає глобальним трендам на сучасному ринку. Усі ці тенденції розвитку соціальних мереж створюють ситуацію, коли всеосяжність аудиторії і одночасне використання максимальної кількості наданих сучасними Інтернет-технологіями можливостей переводять освітню активність на абсолютно інший, значно вищий рівень.

Соціальні мережі – це не просто можливість поспілкуватися, це важливий освітній інструмент усіх навчальних закладів. Використання соціальних мереж в освітньому процесі сприяє обміну інформацією, підвищує мотивацію студентів у навчальній діяльності, стимулює розвиток творчих здібностей і пізнавальний інтерес. Всі ці чинники позитивно впливають на формування знань, умінь та навичок.

Таким чином, на основі проведених досліджень було здійснено SWOT-аналіз стосовно залучення соціальних мереж у освітній процес, за підсумками якого автори дійшли певних висновків щодо інструментів вирішення даної проблематики (рис. 11).

Результати аналізу дозволили виділити сильні та слабкі сторони щодо залучення соціальних мереж в освітній процес, а також визначити загрози та сформувати перелік існуючих можливостей.

Виокремивши переваги щодо залучення соціальних мереж у освітній процес, вважаємо за доцільне в подальших розробках звернути увагу на загрози, які можуть бути при використанні віртуального простору в навчальних цілях.

Необхідно наголосити на тому, що саме викладач повинен бути активним Інтернет-користувачем, що є вимогою сучасного освітнього середовища. Деякі дисципліни потребують частого підживлення викладача матеріалами «Всесвітньої Павутини» (оновлення Законодавчої бази, динаміка й аналіз статистичних даних, інформація щодо сучасного зарубіжного досвіду тощо).

SWOT-аналіз

Сильні сторони:
- легко створити співтовариство (низькі витрати);
- ті, хто навчаються самі мотивовані бути онлайн;
- зручна система оповіщення;
- можливість використання різноманітного мультимедійного та інтерактивного контенту.

Слабкі сторони:
- наявність відволікаючого контенту рекламного та розважального характеру;
- при створенні не враховується освітня специфіка;
- стороння технічна підтримка.

Можливості:
- оперативне широке поширення та збір інформації, у тому числі студентами (наприклад, репости);
- багате інформацією співтовариство може бути конкурентною перевагою (наприклад, можливість обирати різні курси);
- ефективний канал збору зворотного зв'язку від студентів;
- установка зв'язків між студентами;
- можливість для викладачів краще познайомитися зі студентами.

Загрози:
- студентам може виявитися доступною особиста інформація викладача;
- загроза неповного охоплення аудиторії (наприклад, хтось не користується певними соц. мережами або відсутній доступ до Інтернету);
- конкуренція з корпоративними / закритими системами підтримки навчання.

Рис. 11. SWOT-аналіз щодо залучення соціальних мереж в освітній процес (розроблено авторами)

Отже, впровадження в навчальний процес такого інструменту як соціальні мережі може з легкістю вдосконалити наявні форми його організації. При цьому необхідно зазначити користь і обмеження для студента та викладача, а саме:

Користь впровадження соціальних мереж у освітній процес для студентів та викладачів полягає у наступному:
- можливості спільної роботи;
- відстеження оновлень / підписка;
- можливість формувати блог;
- портфоліо;
- більш вільне спілкування за рамками формального навчання.

Крім того, нами було виділено обмеження впровадження соціальних мереж у освітній процес для студентів та викладачів:
- рівень інформаційно-комунікативних технологій – компетенції викладача;
- трудовитрати викладача (вони великі, але майже не враховуються);
- мережевий етикет та ілюзія «постійного спілкування».

Висновки і перспективи подальших розробок. Соціальні мережі з їх безмежними можливостями міцно увійшли в життя сучасної людини, ставши зовнішнім носієм пам'яті, соціальних контактів, соціальної оцінки, дарувальником емоцій, яких часто не вистачає в реальному житті. Для багатьох існування у соцмережах стає сенсом життя.

Вважаємо, що соціальні мережі можуть бути обрані в якості інструменту навчання головним чином тому, що для студентів ця платформа є звичною у повсякденному житті. Також важливим є загальнодоступність мережі та простота/зручність інтерфейсу.

Проаналізувавши певну літературу за висвітленою тематикою та на основі здійсненого аналізу, автори дійшли певних висновків стосовно інструментів застосування

соціальних мереж в освітньому процесі. Отже, можливостями для застосування соціальних мереж можуть бути наступні інструменти:

– чат/стіна, цей інструмент можна використовувати для дистанційного консультування, взаємного навчання, розвиток комунікативних навичок;
– коментарі, спілкування, основна зона використання у освітньому процесі – це представлення результатів проектів з обговоренням, швидкий зворотний зв'язок, розміщення додаткових матеріалів, можливості спільної роботи, більш вільне спілкування за рамками формального навчання;
– власний блог можна використовувати для підвищення мотивації студентів, впроваджуючи ігрові технології, тести, опитування;
– рейтинги, «лайки» вбачаємо як можливість оцінки викладача.

Далі надамо приклади використання в навчальному процесі певних соціальних мереж:

– Facebook – обговорення організаційних питань зі студентами;
– Google Docs – зберігання навчальних матеріалів, проведення опитувань і анкетування, робота з таблицями і презентаціями;
– YouTube – перегляд та створення навчальних роликів;
– Twitter, Livejournal – створення публікацій та корисних посилань з дисципліни;
– Coursera – освоювання курсів і тренінгів за різними спеціальностями;
– Ted – перегляд конференцій з різноманітних актуальних тем на англійській мові.

Одним із основних чинників, який стримує впровадження використання зазначених інструментів, залишається рівень готовності освітнього процесу до використання сучасних засобів навчання (відсутність науково обґрунтованих методичних рекомендацій, норм витрат часу та оплати праці викладача).

Вирішити перераховані вище проблеми можна при створенні умов для підвищення кваліфікації викладачів у галузі інформаційно-комунікативних технологій, а саме:

– здійсненням матеріального і морального заохочення викладачів, які активно використовують нові технології;
– розробкою ефективних методик застосування соціальних мереж в освітньому просторі університету.

На сьогодні, соціальні мережі не є основним засобом навчання, однак їх можливості у вирішенні освітніх завдань, на нашу думку, недооцінюються професійним співтовариством. Партнерське співробітництво педагогічної спільноти з розробниками соціальних медіа та законодавче регулювання цієї сфери може забезпечити умови для прийняття конструктивних рішень проблеми інформаційної безпеки віртуальних мереж.

Можливо, в майбутньому тенденції щодо розвитку і використання соціальних мереж в навчальній діяльності ЗВО призведуть до появи нових ресурсів мереж, необхідних для роботи і спілкування творчих колективів, створення нових колегіальних мереж, об'єднань або злиття існуючих мереж для обміну знаннями в науково-освітній діяльності, які відіграють важливу роль в розвитку освіти.

Література

1. *Про Національну стратегію розвитку освіти в Україні на період до 2021 року* : Указ Президента України № 344/2013 від 25.06.2013 р. URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/344/2013 (дата звернення: 04.09.2018).
2. *Теория и практика образования в современном мире* : материалы междунар. заоч. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, февраль 2012 г.) / Под общ. ред. Г. Д. Ахметовой. СПб. : Реноме, 2012. 244 с.
3. Слободяник О. В. *Реалізація методу проектів засобами соціальних мереж* // Інформаційні технології і засоби навчання. ІІТЗН НАПН України. 2016. Т. 56. № 6. С. 30–39. URL: http://journal.iitta.gov.ua/index.php/itlt/issue/view/83/showToc (дата звернення: 21.08.2018).
4. Богачков Ю. М., Буров О. Ю., Дементієвська Н. П. та ін. *Електронні соціальні мережі як інструменти сучасного навчального середовища* : глосарій / За заг. ред. О. П. Пінчук. ІІТЗН НАПН України, 2015. 34 с.

5. Щербаков О. В., Щербина Г. А. *Соціальна мережа для підтримки навчального процесу у ВНЗ* // Системи обробки інформації : зб. наук. праць. 2012. Вип. 8 (106) : Проблеми і перспективи розвитку IT-індустрії. С. 159–162.
6. Ермолаев Ю. В. *Некоторые проблемы технического образования* // Современные наукоемкие технологии. 2005. № 1. С. 53–54.
7. Курмышев Н. *Facebook для университета* // Intellegent Enterprise. 2012. № 3 (237). URL: http://www.iemag.ru/interview/detail.php?ID=25517.4 (дата обращения: 23.08.2018).
8. Карпенко М. П. *Будущее высшего образования* // Инновации в образовании. 2013. № 8. С. 5–12.
9. Родригез М. *Значение контента.* URL: https://informburo.kz/novosti/vkazahstane-samye-aktivnye-polzovateli-socialnyh-setey-sidyat-vkontakte.html (дата обращения: 29.08.2018).
10. Бакланова Е. М. *Эффективный маркетинг образовательных услуг в социальных сетях* // Вопросы современной науки и практики. Университет им. В. И. Вернадского. 2011. № 3 (34). С. 111–115. URL: http://vernadsky.tstu.ru/pdf/2011/03/15.pdf (дата обращения: 05.09.2018).

References

1. *About the National Education Development Strategy in Ukraine until 2021:* Law of Ukraine, No. 344/2013, 25.06.2013 [Pro Natsionalnu Stratepiiu rozvytku osvity v Ukraini na period do 2021 roku: Ukaz Prezydenta Ukrainy, No. 344/2013, 25.06.2013], available at: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/344/2013 [in Ukrainian]
2. *Theory and practice of education in the modern world:* Proceedings of International scientific conference (2012). Ed. by G. D. Akhmetova [Teoriya i praktyka obrazovaniya v sovremennom mire: materialy Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii; pod red. G. D. Akhmetovoi], Renome, Sankt-Peterburg, 244 s. [in Russian]
3. Slobodyanik, O. V. (2016). *The projects method realization by means of social networks* [Realizatsiia metodu proektiv zasobamy sotsialnykh merezh], Informatsiini tekhnolohii i zasoby navchannia, Tom 56, No. 6, s. 30–39, available at: http://journal.iitta.gov.ua/index.php/itlt/issue/view/83/showToc [in Ukrainian]
4. Bogachkov, Yu. M., Burov, O. Yu., Dementievska, N. P. and others (2015). Ed. by O. P. Pinchuk *Electronic social networks as tools of modern learning environment:* glossary [Elektronni sotsialni merezhi yak instrumenty suchasnoho navchalnoho seredovyshcha: hlosarii, za red. O. P. Pinchuk], IITZN NAPN Ukrainy, 34 s. [in Ukrainian]
5. Shcherbakov, O. V., Shcherbyna, G. A. (2012). *Social network for educational process supporting in higher educational institutions* [Sotsialna merezha dlia pidtrymky navchalnoho protsesu u VNZ], Systemy obrobky informatsii, Vyp. 8 (106): Problemy i perspektyvy rozvytku IT-industrii, s. 159–162 [in Ukrainian]
6. Yermolaev, Yu. V. (2005). *Some problems of technical education* [Nekotorye problemy tekhnicheskogo obrazovaniya], Sovremennye naukoemkie tekhnologii, No. 1, s. 53–54 [in Russian]
7. Kurmyshev, N. (2012). *Facebook for university* [Facebook dlya universiteta], Intellegent Enterprise, No. 3 (237), available at: http://www.iemag.ru/interview/detail.php?ID=25517.4 [in Russian]
8. Karpenko, M. P. (2013). *Future of higher education* [Budushchee vysshego obrazovaniya], Innovatsii v obrazovanii, No. 8, s. 5–12 [in Russian]
9. Rodriguez, M. (2016). *Content value* [Znachenie kontenta], available at: https://informburo.kz/novosti/vkazahstane-samye-aktivnye-polzovateli-socialnyh-setey-sidyat-vkontakte.html [in Russian]
10. Baklanova, E. M. (2011). *Effective marketing of educational services in social networks* [Effektivnyy marketing obrazovatelnykh uslug v sotsialnykh setyakh], Voprosy sovremennoy nauki i praktiki, No. 3 (34), s. 111–115, available at: http://vernadsky.tstu.ru/pdf/2011/03/15.pdf [in Russian]

Стаття надійшла до редакції 10.09.2018. Прийнята до друку 25.09.2018.

УДК 331.522.4:314.17

Людмила Валентинівна ІВАНОВА
кандидат економічних наук, доцент кафедри управління персоналом і економіки праці,
Одеський національний економічний університет, Україна, e-mail: ilv47k@i.ua,
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0003-4759-8970

ЛЮДСЬКИЙ ПОТЕНЦІАЛ: ДЕМОГРАФІЧНІ ЧИННИКИ ЙОГО ФОРМУВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Іванова, Л. В. Людський потенціал : демографічні чинники його формування в сучасних умовах // 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. № 3 (67). С. 131–139.

Анотація. *У статті розглянуто демографічні фактори формування людського потенціалу, а також демографічні проблеми в Україні, такі як низька тривалість життя, висока смертність населення, які перешкоджають формуванню та розвитку людського потенціалу. Відмічено, що розвиток людського потенціалу країни безпосередньо впливає на його соціально-економічний стан, виступає як фактор ефективного функціонування соціально-економічної системи, та як результат формування умов для розвитку людського потенціалу індивідів. Демографічний потенціал, який визначається кількісними показниками населення та їх динамікою, є основою людського потенціалу. Протягом останніх років динаміка чисельності населення характеризується сталою тенденцією щодо його зниження внаслідок перевищення чисельності померлих над чисельністю народжених. Досліджено динаміку основних демографічних показників населення України, розподіл померлих за статевовіковими групами. Визначено деформацію вікової структури населення, яка призводить до його старіння та збільшення демоекономічного навантаження на працездатне населення. Проаналізовано характер, причини та мотиви міграції населення країни, яка здійснює негативний вплив на функціонування та розвиток людського потенціалу. Запропоновано: стимулювати підвищення народжуваності; розробити сімейну політику, спрямовану на збільшення дітей; орієнтувати демографічну політику держави на охорону здоров'я громадян; знижувати рівень зайнятості жінок з метою переорієнтації частини з них на обслуговування сім'ї; проводити демографічні експертизи сучасних економічних перетворень; створити в країні належну систему управління міграційними процесами.*

Ключові слова: *демографічна ситуація; людський потенціал; міграція населення; народжуваність; смертність; соціально-демографічні чинники; старіння населення; статевовікова структура населення.*

Людмила Валентиновна ИВАНОВА
кандидат экономических наук, доцент кафедры управления персоналом и экономики труда,
Одесский национальный экономический университет, Украина, e-mail: ilv47k@i.ua,
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0003-4759-8970

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ: ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ЕГО ФОРМИРОВАНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Иванова, Л. В. Человеческий потенциал : демографические факторы его формирования в современных условиях // 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. № 3 (67). С. 131–139.

Аннотация. *В статье рассмотрены демографические факторы формирования человеческого потенциала, а также демографические проблемы в Украине, такие как низкая продолжительность жизни, высокая смертность населения, которые препятствуют формированию и развитию человеческого потенциала. Отмечено, что развитие человеческого потенциала страны непосредственно влияет на его социально-экономическое состояние, выступает как фактор эффективного функционирования социально-экономической системы, и как результат формирования условий для развития человеческого потенциала индивидуумов. Демографический потенциал, который определяется количественными показателями населения и их динамикой, является основой человеческого потенциала. На протяжении последних лет динамика численности населения характеризуется устойчивой тенденцией его снижения вследствие превышения численности умерших над численностью рожденных. Исследована динамика основных демографических показателей населения Украины, а также распределение умерших по половозрастным группам. Определена деформация возрастной структуры населения, которая приводит к его старению и к увеличению демоэкономической нагрузки трудоспособного населения. Проанализированы характер, причины и мотивы миграции населения страны, которая негативно влияет на функционирование и развитие человеческого потенциала. Предложено:*

© ІВАНОВА Л.В., 2018

стимулировать повышение рождаемости; разработать семейную политику, направленную на увеличение рождаемости; ориентировать демографическую политику государства на охрану здоровья граждан; снижать уровень занятости женщин с целью переориентации их части на обслуживание семьи; проводить демографические экспертизы современных экономических преобразований; создать в стране надлежащую систему управления миграционными процессами.

Ключевые слова: *демографическая ситуация; человеческий потенциал; миграция населения; половозрастная структура населения; рождаемость; смертность; социально-демографические факторы; старение население.*

Liudmyla IVANOVA
PhD in Economics, Associate Professor, Department of Personnel Management and Labor Economics, Odessa National Economic University, Ukraine, e-mail: ilv47k@i.ua, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0003-4759-8970

HUMAN POTENTIAL: DEMOGRAPHIC FACTORS OF ITS FORMATION IN MODERN CONDITIONS

Ivanova, L. (2018). Human potential: demographic factors of its formation in modern conditions. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Liudskyi potentsial: demohrafichni chynnyky yoho formuvannia v suchasnykh umovakh; za red.: M. I. Zvieriakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; Vìsnik socìal'no-ekonomìčnih doslìdžen' (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 3 (67), pp. 131–139.

Abstract. *The article considers the demographic factors of the human potential formation, and also the demographic problems in Ukraine, such as low life expectancy, high mortality of the population, which impede of the human potential formation and development. It is noted that the country's human potential development directly affects on its socio-economic status, acts as a factor of socio-economic system effective functioning, and as a result of conditions creation for the development of individuals human potential. The basis of human potential is the demographic potential, which is determined by quantitative indicators of population and their dynamics. In recent years, population dynamics has been characterized by a steady tendency for its decline due to the excess of deaths number over the births number. The dynamics of main demographic indicators of the population of Ukraine, and also the deceased distribution by age and gender groups are investigated. The population age structure deformation, which leads to its aging and to increase the demo economic burden of the able-bodied population, is determined. The nature, causes and motives of country's population migration, which negatively affects of human potential functioning and development, are analyzed. It was proposed: to stimulate an increase in the birth rate; to develop a family policy aimed at raising children; to focus the demographic policy of the state on the protection of public health; to reduce the employment rate of women with the aim of reorienting part of them towards family service; to conduct the demographic examinations of modern economic transformations; to create a proper migration management system in the country.*

Keywords: *demographic situation; human potential; population migration; gender and age structure of the population; fertility; mortality; socio-demographic factors; aging population.*

JEL classification: *J240*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Людський потенціал є не лише важливою складовою ресурсного потенціалу країни, але й основою розвитку її продуктивних сил. Від рівня використання наявного людського потенціалу залежать темпи розбудови України як суверенної держави.

У сучасній науці поняття «людський потенціал» розуміється як міра втілення в людині таланту, здібностей, рівня освіти, рівня кваліфікації та їх здатність приносити дохід.

ООН, крім того, включає до цього поняття також фізичний стан, освіту, професійний досвід, здатність до виживання тощо; Світовий банк – стан здоров'я та якість харчування, інші характеристики, які забезпечують продуктивність і самозабезпеченість людей.

М. Зуб зазначає: «Аналіз зарубіжного досвіду підвищення людського потенціалу високорозвинених країн підтверджує, що основна ціль процесу розвитку суспільства є людина, її якість життя, а не лише прибуток. Сучасна парадигма підвищення людського потенціалу є вирішальним ресурсом економічного зростання і зміцнення конкурентоспроможності держави, тому виникає необхідність формування механізму багатофакторного підвищення людського потенціалу як системи теоретико-методологічних положень, які

розкривають роль людських ресурсів не тільки як економічного ресурсу, який приносить прибуток, але як і соціальної цінності суспільства в цілому» [1, с.101].

Аналіз формування і використання людського потенціалу показує, що на його розвиток спричиняють вплив безліч чинників: демографічні, соціально-економічні, організаційні, політичні, правові. Демографічний чинник є одним із тих, що визначають для забезпечення стабільного і безпечного розвитку держави, а проблеми оптимального демографічного розвитку варто розглядати як першочергові інтереси держави, як чинник і результат його функціонування. Від демографічних характеристик працездатного населення і показників демографічного розвитку залежить розвиток трудового потенціалу і, як результат, величина сукупного національного доходу.

Аналіз досліджень і публікації останніх років. Проблема демографічних чинників формування людського потенціалу, демовідтворювальні процеси в Україні були об'єктом дослідження низки вчених протягом багатьох років. Розгляду та вирішенню цієї проблеми присвятили свої наукові праці такі вітчизняні науковці як В. Антонюк, О. Амоша, А. Близнюк, Д. Богиня, О. Грішнова, М. Долішній, А. Колот, В. Куценко, О. Онищенко, В. Онікієнко, Е. Лібанова, С. Пирожков, С. Писаренко, О. Позняк, М. Птуха, М. Романюк та ін., у яких здійснено значний вклад в теорію деморозвитку та людського потенціалу. Але на сучасному етапі в контексті трансформаційних процесів, що відбуваються, попередні наукові розробки потребують суттєвого переосмислення, оскільки суттєве скорочення чисельності населення, висока смертність й низька народжуваність свідчать про те, що в країні украй необхідним є реагування та впровадження відповідних заходів, якщо не на підвищення кількісних параметрів людського потенціалу, то хоча б на збереження існуючого стану.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проблеми впливу демографічних чинників на формування трудового потенціалу залишаються досі недостатньо дослідженими. Трансформаційні процеси, які відбуваються в економіці країни, є каталізатором виникнення негативних явищ у соціально-демографічній сфері, що так чи інакше впливає на формування трудового потенціалу країни. З урахуванням цього збільшена увага до економічних досліджень різних аспектів функціонування ринку праці, проблеми зайнятості населення, а також демовідтворювальних процесів. Таке вивчення необхідне для встановлення основних напрямів комплексного соціально-економічного розвитку держави.

Постановка завдання. Економічна криза в країні, негативний вплив демографічних чинників, суттєве зниження рівня та якості життя населення позначилися на формуванні та розвитку людського потенціалу, спричинили реальні масштабні втрати трудового потенціалу та погіршення його якісних характеристик. Ці негативні тенденції обумовлюють необхідність ґрунтовного дослідження демографічних факторів формування людського потенціалу з урахуванням існуючих сьогоденних реалій та формування пропозицій щодо його збереження та розвитку, що й визначає мету статті.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасному світі людський потенціал виступає як найголовніший чинник економічного росту, оскільки саме від його стану залежить використання усіх інших ресурсів розвитку. За даними Всесвітнього банку, у розвинених країнах людські ресурси складають 68–76% усього національного багатства.

Традиційно формування людського потенціалу регіону та держави загалом розглядається в руслі спроможності забезпечити демографічне відтворення населення з подальшим набуттям якісних характеристик завдяки системі соціального захисту, освіти, медичного забезпечення тощо. Населення, у свою чергу, виступає основою формування людського потенціалу, визначає обсяги, структурні характеристики та динаміку його відтворення.

Основу людського потенціалу складає демографічний потенціал, який визначається кількісними показниками населення та їх динамікою [2, с.28]. У свою чергу, демографічний потенціал залежить від соціально-економічного потенціалу суспільства, але водночас безпосередньо впливає на нього.

Демографічні чинники надають кількісні та якісні характеристики людського потенціалу, визначають його фізичну, інтелектуальну й соціально-економічну складові загалом та за різними віковими групами. За допомогою кількісних чинників визначають демографічну ситуацію в країні та у регіонах. Поряд з цим вікова структура населення уможливлює визначення економічного навантаження працездатної частини населення, впливає на його мобільність, рівень суспільної продуктивності праці, освітню та професійно-кваліфікаційну структуру тощо. Важливу роль також відіграють міграційні процеси.

Демографічний (демоекономічний) потенціал України, який розглядається «…як сумарний додатковий продукт (різниця між обсягами вироблених і спожитих матеріальних благ та платних послуг), що буде створений усіма сучасними жителями держави протягом усього їх життя…» за світовими цінами станом на 01.01.1996 р. вчені РВПС України НАН України оцінили у 5,3 трлн. дол. США (37,5% від загального обсягу національного багатства), а сукупна робоча сила (як добуток середньомісячної вартості робочої сили одного працівника на кількість трудоактивного населення в економіці України, яка складається із кількості зайнятих у суспільному виробництві та незайнятих трудовою діяльністю осіб, зареєстрованих у державній службі зайнятості як таких, що шукають роботу) – у 1,6 трлн. дол. США (11,4% від загального обсягу національного багатства) [3, с.160].

Дослідження показують, що сьогодні Україні загрожує реальна небезпека, катастрофічна і непоправна за наслідками, назва якій – демографічна криза. Найбільшими матеріальними збитками для будь-якої країни світу за будь-яких часів були і є людські втрати. Зменшення народжуваності, зниження рівня здоров’я нації, зниження рівня життя населення, зростання еміграції, збільшення смертності населення, його старіння тощо – все це безпосередньо впливає на кількісно-якісний, кваліфікаційно-освітній рівень робочої сили, яка зрештою забезпечує державний та індивідуально-людський добробут.

Вихідною базою для визначення кількісних характеристик людського потенціалу України є фактична чисельність населення.

У табл. 1 наведено дані, які характеризують наявну та постійну чисельність населення, його природний та міграційний рух протягом 2005–2017 рр.

Таблиця 1

Чисельність населення України, 2005–2017 рр. [4]

Рік	Наявне		Постійне		Природний приріст (тис. осіб) (–)	Міграційний приріст
	Абсолютн.	% до попереднього року	Абсолютн.	% до попереднього року		
2005	47280,8		47100,5		-355,9	+4,6
2006	46929,5	99,25	46749,2	99,25	-297,7	+14,2
2007	46646,0	99,4	46465,7	99,4	-290,2	+16,8
2008	46372,7	99,4	46192,3	99,4	-243,9	+14,9
2009	46143,7	99,5	45963,4	99,5	-194,2	+13,4
2010	45962,9	99,6	45782,6	99,6	-200,5	+16,1
2011	45778,5	99,6	45598,2	99,6	-162,0	+17,1
2012	45633,6	99,68	45453,3	99,68	-142,4	+61,8
2013	45553,0	99,8	45372,7	99,8	-158,7	+31,9
2014	45426,2	99,7	45245,9	99,7	-166,4	+22,6
2015*	42929,3	94,5	42759,7	94,5	-183,0	+14,2
2016*	42760,5	99,6	42590,9	99,6	-186,6	+10,6
2017*	42584,5	99,6	42414,9	99,6	–	–

*без населення Криму та АТО.

Але тут не враховується кількість людей, що проживають у Криму та мають українське громадянство. Неможливо врахувати і чисельність населення в окупованій

частині Донеччини та Луганщини. Багато мешканців виїхали з цих територій та розселилися по різних областях та країнах, отримавши довідку на проживання. Тому точно визначити чисельність населення України, орієнтуючись лише на інформацію статистичних органів, неможливо.

За даними служби статистики, сучасний етап соціально-економічного розвитку України характеризується сталою тенденцією щодо зниження чисельності населення, що сформувалася в результаті перевищення чисельності померлих над чисельністю новонароджених. І хоча негативне сальдо природного приросту населення скорочується з 355,9 тис. осіб у 2005 р. до 186,6 тис. осіб у 2016 р., але скорочення демографічної бази формування людського потенціалу все ж залишається суттєвим для України.

Служба статистики країни станом на 01.01.2018 р. оцінює наявну чисельність населення у 42386,4 тис. осіб, а вже на 01.07.2018 – 42263,9 тис. осіб. Тобто, за останні півроку чисельність населення країни скоротилася ще на 0,4%. У табл. 2 наведено показники чисельності населення та його зміни за чотири місяці поточного року.

Таблиця 2

Чисельність населення України за 4 місяці 2018 р. [4]

Показники	Січень-квітень 2018 р.	Довідково: Січень-квітень 2017 р.
Чисельність наявного населення на 1.05.	42300723	42501767
Чисельність постійного населення на 1.05.	42131086	42332130
Загальний приріст, скорочення (-) населення	-85680	-82775
Природний приріст, скорочення (-) населення	-93592	-85387
Кількість живонароджених	110002	116907
Кількість померлих	203594	202294
Міграційний приріст, скорочення (-) насел.	7912	2612

Щодо прогнозу подальшого деморозвитку України, то він доволі невтішний. Різні методики оцінки прогнозу чисельності населення суттєво відрізняються між собою, що свідчить про об’єктивні труднощі здійснення подібного прогнозу в такій складній сфері, як розвиток населення [5, с.126–132].

Сучасний тип відтворення народонаселення, найреальнішою перспективою якого, принаймні для економічно розвинених країн, є нульовий приріст, з усією гостротою поставив проблему значного поліпшення якісних характеристик населення, спроможних забезпечити досягнення оптимального рівня відтворення та використання трудового потенціалу суспільства. Найбільшої ж гостроти ця проблема набула в Україні, яка невиправдано довго затрималася на стадії перехідного періоду в розвитку економіки та яка фактично позбавлена перспективи нарощування кількісних параметрів розвитку народонаселення як найбільшого чинника формування трудового потенціалу [6, с.364].

Найважливішим чинником динаміки загальної чисельності населення України є його природний рух. За останні роки коефіцієнт смертності мало змінився. Проте різко знизився коефіцієнт народжуваності. У 2016 р. він складав 11,1%. За даними статистичної звітності у 2018 році на 100 померлих припадає тільки 55 народжених.

Несприятлива демографічна ситуація в Україні й, насамперед, різке зменшення народжуваності пов’язані із загостренням проблем функціонування сім’ї як осередку відтворення населення, зниженням її демографічного потенціалу. Зайнятість населення також неоднозначно впливає на народжуваність. Особливо треба наголосити на зайнятості жінок. Значне зменшення народжуваності та зростання смертності населення зумовлені погіршенням умов його життя. Зросла смертність серед чоловіків віком понад 40 років, а серед жінок – понад 50 років [4].

Специфіка демографічних процесів (зменшення народжуваності, зростання смертності, деформація статевовікової структури населення тощо) призвела до того, що

загальна чисельність найбільш продуктивної групи населення віком від 20 до 40 років постійно скорочується. Показник смертності у 2016 р. досяг 12,7 осіб на одну тисячу населення.

Основними причинами смертності в нашій країні є серцево-судинні захворювання (67,3% у 2016 р.) та злоякісні новоутворення (13,3%). Також зростає частка за хворобами систем кровообігу, протягом 25 останніх років вона збільшилася майже на 14%, а на даний час займає дві третини усіх причин смертності.

У табл. 3 наведено розподіл померлих за віковими групами та статтю у 2016 році.

Таблиця 3

Розподіл померлих за віковими групами та статтю у 2016 р. [4]

Вік (роки)	Обидві статті		Чоловіки		Жінки	
	осіб	%	осіб	%	осіб	%
До 14	4853	0,8	2782	57,3	2071	42,7
15 – 60	122995	20,7	88971	72,3	34024	27,7
60 – 69	102636	17,3	65051	63,4	37585	36,6
70 і ст.	364312	61,2	134757	37,0	229555	63,0
Усього померлих	594796	100	291561	49,0	303235	51,0

Із загальної чисельності померлих у працездатному віці жінки складають 27,7%, тоді як чоловіки – 72,3%, тобто, майже у три рази більше.

Передчасна смертність (до досягнення 65 років) в українському суспільстві притаманна здебільшого чоловікам у розквіті фізичних та інтелектуальних сил. За оцінками експертів, 40% шістнадцятирічних хлопчиків не мають шансів дожити до 60 років, у жінок цей показник дорівнює 8% [7, с.34–39]. Показники смертності чоловіків у працездатному віці майже у 4 рази вищі, ніж у жінок, а різниця між очікуваною тривалістю життя жінок та чоловіків досягає 11–13 років. Рівень смертності чоловіків у віці 25–64 роки в 4 рази перевищує смертність чоловіків європейських країн, що скорочує середню тривалість життя українських чоловіків на 15 років.

В табл. 4 наведено динаміку основних демографічних показників населення України за період 2012–2017 рр.

Отже, процес зменшення народжуваності глобальний і зумовлений багатьма причинами. Це, насамперед, зміни в соціальному статусі жінки, розширення сфери її поза сімейних інтересів, підвищення рівня освіти і зайнятості.

Переважно через низьку народжуваність Україна за 1993–2014 рр. втратила понад 6 млн. осіб [6, с.364].

Таблиця 4

Динаміка основних демографічних показників населення України, тис. осіб [4]

Показники	Роки						Відхилення 2017 р. / 2012 р.	
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	+ -	%
Кількість народжених	520,70	503,66	465,89	411,80	397,04	458,17	-62,53	12,0
Кількість померлих	663,14	662,39	632,67	594,8	583,63	649,25	-13,9	2,0
Природний рух населення	-142,4	-158,7	-166,8	-183,0	-186,6	- 110,4	-66,7	22,5
Сальдо міграції	61,88	31,91	22,59	14,2	7,62	5,7	-9,20	90,8

Зниження природного приросту населення спричиняє деформацію його вікової структури, призводить до старіння населення, яке збільшує демографічне навантаження на працездатних, що викликає певні труднощі у формуванні людських ресурсів і забезпеченні

господарства робочою силою. Висока частка осіб у віці, старшому за працездатний, скорочує обсяги трудового потенціалу держави. Внаслідок старіння населення затримується приплив молоді до складу робочої сили, що проявляється в застарілих знаннях, носіями яких є люди похилого віку. Отже, процес демографічного старіння висуває перед системою освіти нові вимоги: створення ефективної системи безперервної освіти протягом усього життя.

Якщо частка пенсіонерів серед населення зростає, то молодшого покоління – зменшується. У 2017 році частка населення віком 60 років та старіше складала 23% (50 років тому – 10,5%). За прогнозами спеціалістів, особи працездатного віку в 2019 р. становитимуть 53,3%; у 2024 р. – 52,9%; у 2029 р. – 53,0%.

Показник середньої очікуваної тривалості життя в Україні на 10 років нижчий від рівня розвинених європейських країн, що обумовлено високою передчасною смертністю. Так, у 2017 р. середнє очікування життя при народженні чоловіків складало 66,73 роки, а жінок – 76,46 роки. У 2011 р. рівень смертності в Україні був у 2,4 рази вищим від аналогічного в країнах Європейського Союзу, а від окремих захворювань – у десять разів.

Складовою розвитку населення і трудового потенціалу є міграція, причини і мотиви якої можуть бути різними. За сучасними статистичними даними можна лише в загальних рисах відтворити обсяги внутрішньодержавної міграції, оцінити її наслідки для економічного розвитку України.

Україна характеризується, по-перше, високим рівнем міграційної активності, по-друге, – змішаними потоками нелегальних мігрантів. Переважно нелегальний характер вітчизняної трудової міграції створює дисбаланс людського капіталу, посилює навантаження на систему соціального забезпечення населення. Визначення на рівні закону міграційних та еміграційних пріоритетів і, відповідно, квот дозволить надати цим процесам риси регламентованості, сприяти розвитку людського потенціалу [8, с.364].

Статистичні дані останніх років викликають занепокоєння, бо вони підтверджують втрату українською державою трудового потенціалу, що є дуже важливим для розвитку її економіки. В економічно розвинені країни мігрує найпотужніший, найякісніший (фізично й інтелектуально) трудовий потенціал нації. Більшість мігрантів – це економічно активне населення і населення молодих вікових груп, які мають середню спеціальну та вищу освіту. На жаль, у сучасній Україні відсутня цілісна концепція державної міграційної політики, яка була б спроможна мобільно та ефективно реагувати на зміни міграційної ситуації, вживати адекватних заходів щодо регулювання міграційних переміщень.

Для економіки країни велике значення має чисельність населення працездатного віку, економічно активного населення, тобто робочої сили, як фактора, який утворює ринок праці. Аналіз рівня трудового потенціалу України дає підстави стверджувати, що цей показник відображає потенційні можливості робочої сили, чим ближче значення рівня трудового потенціалу до 1, тим ефективніше використовуються людські ресурси в країні.

Розрахунки показали, що чисельність населення працездатного віку країни за період 2012–2017 рр. зменшилася на 2,1 млн. осіб, економічно активного населення – на 3,0 млн. осіб. Значно скоротилася і чисельність зайнятого населення віком 15–70 років – 3,2 млн. осіб (табл. 5).

Враховуючи темпи збільшення кількості літніх людей та зменшення громадян працездатного віку, це може призвести до посилення соціального та фінансового навантаження на останніх. В Україні останніми роками навантаження на працездатний за віком контингент повільно, але неухильно збільшувалося переважно за рахунок осіб, старших за працездатний вік. Так, у 2017 р. на 1000 осіб працездатного віку припадало майже 700 осіб непрацездатного віку, більшу частку із яких складають особи похилого віку. Зростання навантаження на працездатне населення може мати різні прояви: фінансові (збільшення податків); фізичні (збільшення робочого віку чи дня); моральні (перевтомлення та неможливість налагодження власного відпочинку через постійну роботу).

Несприятлива демографічна ситуація, яка проявляється у скороченні чисельності населення у працездатному віці, призводить до збільшення дефіциту пропозиції на ринку

праці, загостренню структурних диспропорцій та, як наслідок, стає серйозним негативним фактором, який стримує збільшення внеску людського потенціалу в створення суспільного розмаїття.

Таблиця 5

Динаміка чисельності населення України, млн. осіб [4]

Показники	Роки						Відхилення 2017 р. від 2012 р.	
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	+ -	%
Чисельність населення	45,6	45,5	45,4	42,9	42,7	42,5	-3,1	93,1
Чисельність населення працездатного віку	19,3	19,4	19,0	17,4	17.3	17,2	-2,1	86,0
Економічно активне населення	20,8	20,8	19,9	18,1	17,9	17,8	-3,0	83,2
Зайняте населення (15–70 р.)	19,3	19,3	18,1	16,4	16,3	16,1	-3,2	81,9

За нинішньої економічної ситуації в Україні рівень ефективності використання людського потенціалу зменшився, що виявилося у збільшенні чисельності незайнятих. Працевлаштування робочої сили стримується вкрай обмеженою потребою галузей господарства у працівниках. Сучасний рівень ефективності використання робочої сили важко визначити з повною достовірністю, оскільки є розбіжності в розрахунках існування прихованого безробіття та нерегламентованої зайнятості.

Отже, до найгостріших сучасних демографічних проблем України належать: висока смертність; низький рівень здоров’я і тривалості життя; депопуляція; старіння населення; прогнозоване подвоєння коефіцієнта демографічного навантаження; очікуваний дефіцит працездатного населення.

Висновки і перспективи подальших розробок. Наведене дослідження вказує на наявність потенційних ризиків втрат вітчизняного людського потенціалу, серед яких: скорочення чисельності населення, його старіння, деформація вікової структури зайнятих (дефіцит молоді й збільшення частки працівників старшого віку), значний обсяг міграції трудового потенціалу, особливо людей працездатного віку, молоді тощо.

Демографічні прогнози свідчать про те, що Україна і надалі зазнаватиме скорочення чисельності населення та його старіння, що потребує розробки довготривалої комплексної стратегії адаптації до функціонування в умовах нової демографічної реальності. Важливим завданням держави повинна стати активна демографічна політика. Для цього необхідно: стимулювати підвищення народжуваності; розробити сімейну політику, спрямовану на збільшення дітей у сім’ях шляхом розширення системи матеріального забезпечення вагітних жінок, а також багатодітних сімей; орієнтувати демографічну політику держави на охорону здоров’я громадян; знижувати рівень зайнятості жінок з метою переорієнтації частини з них на обслуговування сім’ї (за допомогою державної соціальної політики); проводити демографічні експертизи сучасних економічних перетворень.

Значні масштаби і можливі негативні наслідки зовнішньої міграції висококваліфікованих спеціалістів потребують керованості з боку держави та розробки системи заходів щодо регулювання зовнішньої міграції. До пріоритетних завдань національної та регіональної моделей управління міграційним рухом населення варто віднести регулювання: територіальних міждержавних переміщень населення та зовнішніх трудових міграцій; імміграційних процесів; еміграційних процесів; внутрішніх міграцій.

Збереження кваліфікаційного потенціалу держави необхідно розглядати як складову економічної безпеки держави.

Перспективи подальшого дослідження передбачають оцінку щільності зв'язку чинників формування людського потенціалу з його якісними характеристиками.

Література

1. Зуб М. Я. *Зарубіжний досвід оцінки сучасної парадигми підвищення людського потенціалу* // Вісник Прикарпатського університету. Серія : Економіка. Івано-Франківськ : Плай, 2009. Вип. 7. С. 98–103.
2. Антонюк В. П., Амоша О. І., Мельцер Л. Г. та ін. *Людський капітал регіонів України в контексті інноваційного розвитку* : монографія. НАН України, Інститут економіки промисловості. Донецьк, 2011. 308 с.
3. Макарова О. В., Позняк О. В. *Методика вартісної оцінки демоекономічного потенціалу* // Зайнятість та ринок праці : Міжвід. наук. зб. К. : РВПС України НАН України, 1998. Вип. 6. С. 160–167.
4. *Державна служба статистики України* : сайт. URL: http://www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 30.08.2018).
5. Лібанова, Е. М., Макарова О. В., Позняк О. В., Шевчук П. Є., Шишкін В.С. *Демографічні перспективи України* : *2000–2075 роки* // Зайнятість та ринок праці : Міжвід. наук. зб. К. : РВПС України НАН України, 1999. Вип. 11. С. 126–141.
6. Баб'як Г. П. *Демографічні чинники та їх вплив на відтворення трудового потенціалу України* // Соціально-трудові відносини : теорія та практика : зб. наук. праць. К. : КНЕУ, 2014. № 1 (7). С. 362–367.
7. *Смертність населення України у трудоактивному віці* : колективна монографія / Відп. ред. Е. М. Лібанова. К. : Інститут демографії та соціальних досліджень НАНУ, 2007. 211 с.
8. Біль М. М., Рісна Р. Р. *Державна політика адаптації трудових мігрантів, що повернулись в Україну* // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України : зб. наук.-техн. праць. Львів : РВВ НЛТУ України, 2011. Вип. 21 (8). С. 363–368.

References

1. Zub, M. Ya. (2009). *Foreign experience in modern paradigm assessing of human potential improving* [Zarubizhnyi dosvid otsinky suchasnoi paradyhmy pidvyschennia liudskoho potentsialu], Visnyk Prykarpatskoho universytetu, Seriia: Ekonomika, Plai, Ivano-Frankivsk, Vyp. 7, s. 98–103 [in Ukrainian]
2. Antonyuk, V. P., Amosha, O. I., Meltser, L. G. and others (2011). *Human capital of Ukrainian 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]
3. Makarova, O. V., Poznyak, O. V. (1998). *Method of demo economic potential valuation* [Metodyka vartisnoi otsinky demoekonomichnoho potentsialu], Zainiatist ta rynok pratsi, RVPS Ukrainy NAN Ukrainy, Kyiv, Vyp. 6, s. 160–167 [in Ukrainian]
4. *State Statistics Service of Ukraine* : website [Offitsiinyi sait Derzhavnoi Sluzhby Statystyky Ukrainy], available at: http://www.ukrstat.gov.ua [in Ukrainian]
5. Libanova, E. M., Makarova, O. V., Poznyak, O. V., Shevchyk, P. Ye., Shyshkyn, V. S. (1999). *Demographic prospects of Ukraine: 2000–2075 years* [Demohrafichni perspektyvy Ukrainy: 2000–2075 roky], Zainiatist ta rynok pratsi, RVPS Ukrainy NAN Ukrainy, Kyiv, Vyp. 11, s. 126–141 [in Ukrainian]
6. Babiak, G. P. (2014). *Demographic factors and their impact on Ukraine's labor potential reproduction* [Demohrafichni chynnyky ta yikh vplyv na vidtvorennia trudovoho potentsialu Ukrainy], Sotsialno-trudovi vidnosyny: teoriia ta praktyka, KNEU, Kyiv, No. 1 (7), s. 362–367 [in Ukrainian]
7. *Population mortality of Ukraine in working age:* monograph (2007). Ed. by E. M. Libanova [Smertnist naselennia Ukrainy u trudoaktyvnomu vitsi: monohrafiia; za red. E. M. Libanovoi], Instytut demohrafii ta sotsialnykh doslidzhen NANU, Kyiv, 211 s. [in Ukrainian]
8. Bil, M. M., Risna, R. R. (2011). *State policy of labor migrants adaptation, which returning to Ukraine* [Derzhavna polityka adaptatsii trudovykh mihrantiv, scho povernulys v Ukrainu], Naukovyi visnyk Natsionalnoho lisotekhnichnoho universytetu Ukrainy, RVV NLTU Ukrainy, Lviv, Vyp. 21 (8), s. 363–368 [in Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 18.09.2018. Прийнята до друку 02.10.2018.

УДК 331.522.4:330.564.2

Наталія Володимирівна КАРПЕНКО
старший викладач кафедри управління персоналом та економіки праці, Одеський національний економічний університет, Україна, e-mail: nataly_karpenko@ukr.net, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0003-1045-1350

ДОХОДИ НАСЕЛЕННЯ ЯК ПРОВІДНИЙ ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Карпенко, Н. В. Доходи населення як провідний чинник формування та розвитку людського потенціалу // 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. № 3 (67). С. 140–150.

Анотація. *У статті обґрунтовано багатогранний вплив доходів населення на формування та розвиток людського потенціалу. Висвітлено роль та значення людського чинника для ефективного розвитку економіки та суспільства. Зроблено оцінку людського потенціалу в Україні за інтегральним показником індексу людського розвитку. Проаналізовано рейтинг України за рівнем розвитку людського потенціалу в міжнародному аспекті. Визначено місце нашої країни у світі в системі людського розвитку. Висвітлено останні тенденції у сфері формування та розвитку людського потенціалу в Україні. Досліджено місце та значення доходів у концепції людського розвитку, взаємозв'язок доходів не лише з матеріальною, а й з духовною сферою життєдіяльності людини. Виявлено та проаналізовано основні сучасні тенденції структури та динаміки доходів населення. Розкрито роль та вплив заробітної плати на формування людського потенціалу. Проаналізовано динаміку номінальної та реальної заробітної плати в Україні за останні сім років. Приведено динаміку індексу інфляції в українській економіці за останні п'ять років. Сформульовано основні чинники, що вплинули на різке зниження реальних доходів та збідніння населення України. Досліджено проблеми нерівності доходів українців та їх негативні наслідки для людського розвитку. Висвітлено несправедливий розподіл та перерозподіл доходів населення у нашій державі. Обґрунтовано взаємозв'язок надмірного розшарування населення за доходами з криміналізацією суспільства та тінізацією економіки. Запропоновано заходи для підвищення ефективності державної політики доходів з метою збереження та розвитку людського потенціалу.*

Ключові слова: *доходи населення; диференціація доходів населення; нерівність доходів; людський потенціал; людський розвиток; рівень життя; формування людського потенціалу.*

Наталья Владимировна КАРПЕНКО
старший преподаватель кафедры управления персоналом и экономики труда, Одесский национальный экономический университет, Украина, e-mail: nataly_karpenko@ukr.net, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0003-1045-1350

ДОХОДЫ НАСЕЛЕНИЯ КАК ВЕДУЩИЙ ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА

Карпенко, Н. В. Доходы населения как ведущий фактор формирования и развития человеческого потенциала // 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. № 3 (67). С. 140–150.

Аннотация. *В статье обосновано многогранное влияние доходов населения на формирование и развитие человеческого потенциала. Освещена роль и значение человеческого фактора для эффективного развития экономики и общества. Произведена оценка человеческого потенциала в Украине по интегральному показателю индекса человеческого развития. Проанализирован рейтинг Украины по уровню развития человеческого потенциала в международном аспекте. Определено место нашей страны в мире в системе человеческого развития. Освещены последние тенденции в сфере формирования и развития человеческого потенциала в Украине. Исследованы место и значение доходов в концепции человеческого развития, взаимосвязь доходов не только с материальной, но и с духовной сферой жизнедеятельности человека. Выявлены и проанализированы основные современные тенденции структуры и динамики доходов населения. Раскрыта роль и влияние заработной платы на формирование человеческого потенциала. Проанализирована динамика номинальной и реальной заработной платы в Украине за последние семь лет. Приведена динамика индекса инфляции в украинской экономике за последние пять лет. Сформулированы основные факторы, повлиявшие на резкое снижение реальных доходов и обеднение населения Украины. Исследованы проблемы неравенства доходов украинцев и их негативные последствия для человеческого развития. Освещено несправедливое распределение и перераспределение доходов населения в нашей стране. Обоснована взаимосвязь*

 © КАРПЕНКО Н.В., 2018

чрезмерного расслоения населения по доходам с криминализацией общества и тенизацией экономики. Предложены меры по повышению эффективности государственной политики доходов с целью сохранения и развития человеческого потенциала.

Ключевые слова: *доходы населения; дифференциация доходов населения; неравенство доходов; человеческий потенциал; человеческое развитие; уровень жизни; формирование человеческого потенциала.*

Natalia KARPENKO
Senior Lecturer of Personnel Management and Labor Economics Department,
Odessa National Economic University, Ukraine, e-mail: nataly_karpenko@ukr.net,
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0003-1045-1350

INCOMES OF POPULATION AS A LEADING FACTOR FOR THE HUMAN POTENTIAL FORMATION AND DEVELOPMENT

Karpenko, N. (2018). Incomes of population as a leading factor for the human potential formation and development. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Dokhody naselennia yak providnyi chynnyk formuvannia ta rozvytku liudskoho potentsialu; za red.: M. I. Zvieriakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; Vìsnik socìal'no-ekonomìčnih doslìdžen' (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 3 (67), pp. 140–150.

Abstract. *The article substantiates the multifaceted impact of population incomes on the human potential formation and development. The role and importance of human factor for the economy and society effective development is highlighted. The human potential in Ukraine was estimated by the integral index of the human development index. The Ukraine's rating in terms of human development in the international aspect is analyzed. The place of our country in the world in the system of human development is determined. The latest trends in the sphere of human potential formation and development in Ukraine are highlighted. The income's place and importance in the human development concept, the income's relationship not only with the material, but also with the spiritual sphere of human activity, are investigated. The main current trends in the population incomes structure and dynamic are identified and analyzed. The wages role and influence on the human potential formation is revealed. The dynamics of nominal and real wages in Ukraine over the past seven years is analyzed. The dynamics of inflation index in the Ukrainian economy over the past five years is given. The main factors, which affecting the sharp decline in real incomes and population impoverishment in Ukraine, are formulated. The problems of incomes inequality of Ukrainians and their negative consequences for human development are investigated. The population incomes inequitable distribution and redistribution in our country is highlighted. The interrelation of the population excessive stratification by incomes with a society criminalization and economy shadowing is substantiated. The measures to the state income policy efficiency improving with the aim of human potential preserving and developing are proposed.*

Keywords: *population incomes; population incomes differentiation; incomes inequality; human potential; human development; standard of living; human potential formation.*

JEL classification: *O150*

Постановка проблеми у загальному вигляді. У сучасних умовах розвитку нашого суспільства, що супроводжуються загостренням соціально-економічних проблем, існує великий ризик поглиблення наявних і створення нових асиметрій у царині людського розвитку. Зміни на краще у житті та діяльності суспільства неможливі без покращення якості людського потенціалу.

Сфера доходів населення виступає однієї з основних та найважливіших складових становлення та накопичення людського потенціалу. Доходи визначають як матеріальний, так і соціальний та духовний рівні життя людини, забезпечують якість життя, формують систему мотивацій і стимулів. Саме показники доходів населення стають фундаментальним чинником при прийнятті рішень щодо інвестування в розвиток людського потенціалу.

Актуальність теми дослідження зумовлена суттєвими соціально-економічними та організаційними змінами в країні, а також підвищенням ролі людського потенціалу як визначального національного капіталу, від розвитку та ефективності використання якого залежить економічне зростання держави, рівень та якість життя населення, соціальний прогрес.

Для України дослідження проблеми доходів в аспекті людського розвитку є особливо актуальним, оскільки на даний час сфера доходів населення утворює слабкий ланцюг та недостатньо стійкий фундамент у системі формування людського потенціалу. Дисбаланс у цій сфері призводить до розшарування та поляризації суспільства, посилення соціальної напруги, знецінення людського капіталу, неможливості забезпечення ефективного функціонування економіки.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Теоретичні основи теорії розвитку людського потенціалу досліджувалися в роботах зарубіжних вчених: Т. Шульца, Г. Беккера, А. Маслоу та ін. Теоретичним і прикладним аспектам проблем доходів населення в системі розвитку людського потенціалу присвячено праці відомих вітчизняних та зарубіжних науковців: Д. П. Богині, В. М. Гейця, Б. М. Генкіна, О. І. Гнибіденка, О. А. Грішнової [1], А. Добриніна, Т. М. Кір'ян [2], Р. П. Колосової, А. М. Колота [3], Е. М. Лібанової [4; 5], Н. Д. Лукьянченко, В. Мандибури, О. Ф. Новікової, В. М. Петюха, С. Тютюнникової, Л. В. Шаульської та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Так як людський фактор відіграє основну роль у функціонуванні економіки, проблемам формування та розвитку людського потенціалу присвячено безліч наукових праць вітчизняних і зарубіжних вчених. Аналіз матеріалів за дослідженнями цієї багатогранної проблематики показав, що, незважаючи на значні досягнення в теорії та практиці управління процесами розвитку людського потенціалу суспільства, багато питань ще потребують свого подальшого вирішення. Особливої уваги в умовах сьогодення, на наш погляд, потребує системне та комплексне дослідження місця та значення доходів населення і заробітної плати у процесі формування та розвитку людського потенціалу.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження однієї з найважливіших складових формування та накопичення людського потенціалу – системи доходів населення. Вивчення стану сфери доходів населення та тенденцій її розвитку необхідне для вдосконалення процесів, механізмів та інститутів, які забезпечують саморегулювання та регулювання розподілу і перерозподілу доходів.

Виклад основного матеріалу дослідження. В історичному аспекті людина дуже довго розглядалася як рушійна сила економічного розвитку та нагромадження ВНП. У процесі розвитку та трансформаційних перетворень розуміння ролі людини змінилося на протилежне: не людина для економіки, а економіка для людей. Саме такий підхід, що демонструє підпорядкування розвитку ринкової економічної системи інтересам людей, відображено головним ідеологом «Економіки добробуту» Л. Ерхардом: «…ринкова економіка виправдана з господарської і моральної точок зору тільки до тих пір, доки вона повніше і краще, ніж будь-яка інша форма економіки, забезпечує оптимальне задоволення потреб всього народу та максимально наділяє номінальні доходи громадян реальною купівельною спроможністю» [6, с.57].

У сучасному світі в умовах інноваційної економіки людський чинник глибоко впливає на всі суспільні процеси. Якщо в індустріальну епоху більша увага приділялася аналізу формування і розвитку фізичного капіталу, наявності та використання природних ресурсів, то у постіндустріальний період – саме людському потенціалу. У США, наприклад, на початку XXI ст. на людський капітал припадало 77% сукупного національного багатства, на фізичний (відтворений) капітал – 17% (або 28 трлн дол.), на природні ресурси – 6% [7, с.16].

Людський розвиток призводить до якісної зміни суспільства, головними показниками якого є: зростання тривалості життя, освіченості населення, збільшення його економічної активності та продуктивності праці як основи зростання індивідуального і національного добробуту. Тому останні десятиліття важливим вектором наукових досліджень є питання якості життя населення, формування людського потенціалу і розвитку людини.

Одним з індикаторів оцінки розвитку і застосування людського потенціалу виступає індекс людського розвитку (ІЛР) (до 2013 року «Індекс розвитку людського потенціалу» (ІРЛП), англ. Human Development Index, HDI) – інтегральний показник, який розраховується

щорічно для міждержавного порівняння і вимірювання рівня життя, грамотності, освіченості і тривалості життя, як основних характеристик людського потенціалу досліджуваної території. Він є стандартним інструментом при загальному порівнянні рівня життя різних країн і регіонів. Індекс публікується в рамках програми розвитку ООН у звітах про розвиток людського потенціалу. За даними ООН, з 1990 по 2017 рік кількість людей на Землі з низьким рівнем індексу людського розвитку скоротилася з 3 мільярдів до 926 мільйонів. Кількість людей з високим або дуже високим рівнем індексу збільшилася з 1,2 мільярди до 3,8 мільярди [8].

В оновленому рейтингу Організації Об'єднаних Націй за 2017 рік щодо індексу людського розвитку Україна посіла 88 місце зі 189 країн. Відповідно індекс людського розвитку (або індекс гуманітарного розвитку) України склав 0,751, що є нижчим за середнє значення для країн у групі з високим Індексом людського розвитку, який становить 0,757, та нижчим за середнє значення для країн Європи та Центральної Азії, що складає 0,771. Проте такий показник все ж дозволив нашій країні потрапити у вищу категорію людського розвитку. У 2016 році Україна посідала 84 місце з індексом людського розвитку 0,743.

Перші три місця рейтингу займають Норвегія, Швейцарія та Австралія, індекс яких 0.953, 0.944 та 0.939 відповідно (табл. 1). Серед пострадянських країн найкращі показники мають Естонія – 30 місце (0,871), Литва – 35 місце (0,858) та Латвія – 41 місце (0,847). Останні три місця зайняли Південний Судан (0,388), Центральноафриканська Республіка (0,367) та Нігер (0,354) [9].

Таблиця 1

ТОП-20 країн за рівнем людського розвитку (розроблено автором за даними [9])

Рейтинг	Країна	ІЛР	Валовий національний дохід на душу населення, (ПКС $)
1	Норвегія	0,953	68,012
2	Швейцарія	0,944	57,625
3	Австралія	0,939	43,560
4	Ірландія	0,938	53,574
5	Німеччина	0,936	46,136
6	Ісландія	0,935	45,810
7	Гонконг	0,933	58,420
8	Швеція	0,933	47,766
9	Сінгапур	0,932	82,503
10	Нідерланди	0,931	47,900
11	Данія	0,929	47,918
12	Канада	0,926	43,433
13	США	0,924	54,941
14	Великобританія	0,922	39,116
15	Фінляндія	0,920	41,002
16	Нова Зеландія	0,917	33,970
17	Бельгія	0,916	42,156
18	Ліхтенштейн	0,916	97,336
19	Японія	0,909	38,986
20	Австрія	0,908	45,415
…	…	…	…
88	Україна	0,751	8,130
…	…	…	…

Разом з тим, якщо розглядати рейтинг України за показником валового національного доходу на душу населення, який є складовою ІЛР, то наша країна за 2017 рік зайняла лише 111 місце із 188 країн. Україну за цим показником випередили навіть такі країни як

Парагвай, Домініканська республіка, Фіджі, Йорданія [9]. Відповідно до всесвітньої Доповіді ПРООН в Україні налічується 1,7 мільйона внутрішньо переміщених осіб, 2,8 мільйона людей з обмеженими можливостями, близько 60% живуть за межею бідності, що визначається як фактичний прожитковий мінімум. Несприятливі умови, в які вони потрапляють, мають багато вимірів. Доповідь показує, що певні групи стикаються з несприятливими умовами, що часто підсилюють одна одну, поглиблюючи незахищеність, розрив між поколіннями і ускладнюючи завдання дорівнятися до тих, хто має вищий рівень життя.

Між Україною та розвиненими країнами залишаються значні відмінності, коли йдеться про рівень життя населення. Дитина, народжена зараз у Норвегії – країні з найвищим ІЛР – ймовірно проживе понад 82 роки і навчатиметься майже 18 років. Водночас хлопчик, народжений в Україні, найімовірніше проживе 63 роки і присвятить навчанню 12 років. Хоча значна нерівність виникає у багатьох країнах, включаючи деякі найзаможніші країни, в середньому такі країни як Україна, де фіксується нижчий рівень людського розвитку, зазнають більших втрат.

Загалом в Україні спостерігається тенденція до поступового покращення в сфері людського розвитку: у період з 1990 по 2017 рр. очікувана тривалість життя при народженні в Україні збільшилась на 2,3 роки, а середня кількість років навчання зросла на 2,6 роки. Однак, разом із цим рівень життя, що визначається валовим національним доходом (ВНД) на душу населення за даний період знизився на 31,9% [10]. Результати України залишаються нижчими за середні показники країн, що належать до групи з високим рівнем людського розвитку, і нижчими за середні показники по країнах Європи і Центральної Азії. Рівень життя населення показує наскільки ефективно сучасна держава виконує одну зі своїх основних функцій, а саме регулювання та розподіл ресурсів і доходів для суспільства. Високий рівень життя дає змогу забезпечити належний рівень здоров'я, освіти, професіоналізму, культури, сприяє поліпшенню умов праці та самореалізації членів суспільства. Єдиним позитивним зрушенням є те, що після останньої економічної кризи за період 2015–2017 рр. валовий національний дохід (ВНД) на душу населення зріс приблизно на 9% [11].

Доходи населення та розмір заробітної плати є фундаментом будь-якої економічної системи, оскільки саме від цих показників залежать формування та розвиток людського потенціалу, рівень продуктивності та ефективності праці, соціальна злагода у суспільстві, а також економічне зростання країни. Тому категорія «доходи» займає одне з центральних місць у теорії людського розвитку.

Все починається з матеріального статку. При досягненні певного матеріального рівня, людина задовольняє свої первинні потреби. Тільки в цьому випадку вона зможе направляти доходи і вільний час на задоволення інших потреб: духовних, соціальних, культурних, на підвищення рівня освіти тощо. У випадку, якщо людина займається тільки добуванням «хліба насущного», то інші потреби для неї будуть неактуальними, і їх аргументація відбудеться лише в тому випадку, коли потреба попереднього рівня, а саме матеріального, буде задоволена [12, с.151].

Категорія «доходи» має великий вплив на життя людини, сім'ї, розвиток потенціалу населення. Крім того, що дохід є фактором матеріального добробуту населення, він також у деякій мірі виступає і чинником духовного розвитку: гроші дають можливість купувати книги, займатися музикою, колекціонувати, подорожувати тощо, що, безперечно, позитивно впливає на розвиток людського потенціалу особистості [13, с.188].

У концепції людського розвитку показники доходів населення використовуються в якості міри контролю над ресурсами. Рівень доходів дає уявлення про матеріальні можливості людей, особливо в країнах з трансформаційною економікою, де цей рівень досить низький. Також величина доходів відображає можливості людей в сферах життя, які безпосередньо не пов'язані з основними індикаторами людського розвитку і не відображаються в індексі розвитку людського потенціалу (можливість відпочивати і

подорожувати, будувати нове житло, спілкуватися з рідними і близькими, які живуть за кордоном, відвідувати культурно-масові заходи тощо). Зростання рівня доходів у цій концепції розглядається як один з основних засобів, які сприяють розширенню можливостей людини і поліпшенню рівня благополуччя [1].

Від рівня доходів населення в переважній мірі залежить такий показник як тривалість життя людини, який виступає одним із складових Індексу людського розвитку. Адже величина доходу значною мірою визначає структуру і обсяги споживання людиною товарів та послуг, якість житлових умов та медичних послуг, що безпосередньо відіграє чималу роль у збільшенні тривалості життя людини.

Як показують дані рис. 1, основною формою доходу в Україні є заробітна плата. У 2017 році в загальній структурі доходів населення України вона займала 44,3% та порівняно з 2016 роком її частка збільшилася на 2,2 відсоткових пункти. На другому місці серед доходів знаходяться соціальні допомоги та інші отримані поточні трансферти, що в 2017 році склали 35,2% та збільшилися порівняно з попереднім роком на 0,1 відсоткових пункти. Найменшу частку в структурі доходів українців займають доходи від власності. У 2017 році в загальній структурі доходів цей показник займав всього лише 3% та знизився порівняно з попереднім 2016 роком на 0,8 в. п. Незначна питома вага доходів від власності пояснюється недосконалістю законодавчої системи та соціально-економічних умов господарювання – в результаті, значна частина прибутків від нерухомого майна залишається в тіні. У перспективі частка пасивного доходу в сукупних доходах населення повинна збільшуватися.

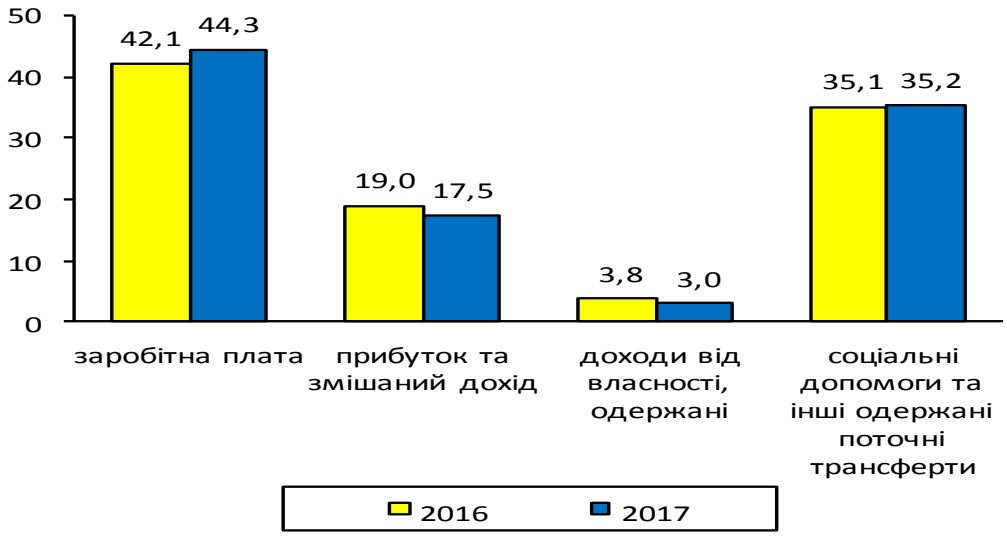


Рис. 1. Структура доходів населення за 2016–2017 рр., % [14]

За даними Державної служби статистики у 2017 році номінальні доходи населення порівняно з попереднім роком склали 124,4%. Наявний дохід, який може бути використаний населенням на придбання товарів та послуг, становив 121,3%, а реальний наявний, визначений з урахуванням цінового фактору – 106,0% [14].

Важливу роль у розвитку людського потенціалу відіграє заробітна плата, яка є основним джерелом доходу більшості працездатного населення та його життєдіяльності. З серпня 2017 р. по серпень 2018 р. середня номінальна заробітна плата в Україні зросла з 7114 грн. до 8977 грн. [14] або на 26,2%, при цьому реальна заробітна плата за вказаний період зросла лише на 15,7%, а порівняно з липнем 2018 р. реальна зарплата знизилася на 2,1%. Незважаючи на зростання номінальної заробітної плати (табл. 2), її рівень в Україні є дуже низьким порівняно з розвиненими країнами, що сприяє збільшенню міграційних процесів. Економічно активне населення виїжджає за кордон у пошуках більш прийнятних

умов та рівня оплати праці, що позначається на розвитку людського потенціалу, призводить до його подальшого знецінювання.

Таблиця 2

Темпи зростання/зниження номінальної та реальної заробітної плати за 2010–2017 рр. [14]

Рік	Номінальна заробітна плата, %		Реальна заробітна плата, %	
	до попереднього року	грудень до грудня попереднього року	до попереднього року	грудень до грудня попереднього року
2010	117,6	117,9	110,2	110,5
2011	117,7	116,2	108,7	111
2012	114,8	110,5	114,4	111,1
2013	107,9	107,2	108,2	106,7
2014	106,0	110,4	93,5	86,4
2015	120,5	130,4	79,8	90,1
2016	123,6	123,8	109,0	111,6
2017	137,1	135,5	119,1	118,9

Незважаючи на зростання номінальних доходів домогосподарств рівень реальних доходів населення України за останні роки суттєво знизився. На різке зменшення реальних доходів українців у 2013–2017 рр. вплинули наступні чинники:

– зростання інфляції (рис. 2);
– падіння реального ВВП (різке зниження якого відбулося у 2014 році, незважаючи на зростання його номінальних показників);
– військові дії на сході країни та зростання чисельності внутрішньо переміщених осіб (станом на 8 жовтня 2018 року їх чисельність становила 1 519 238 осіб);
– збільшення податкового навантаження (військовий збір, податок на нерухоме майно, оподаткування пенсій, депозитів, підвищення ставки акцизного податку на алкогольні та тютюнові вироби);
– зростання безробіття;
– скорочення кількості банківських установ та їх банкрутство (із 182 банків залишилося лише 88) тощо [15].

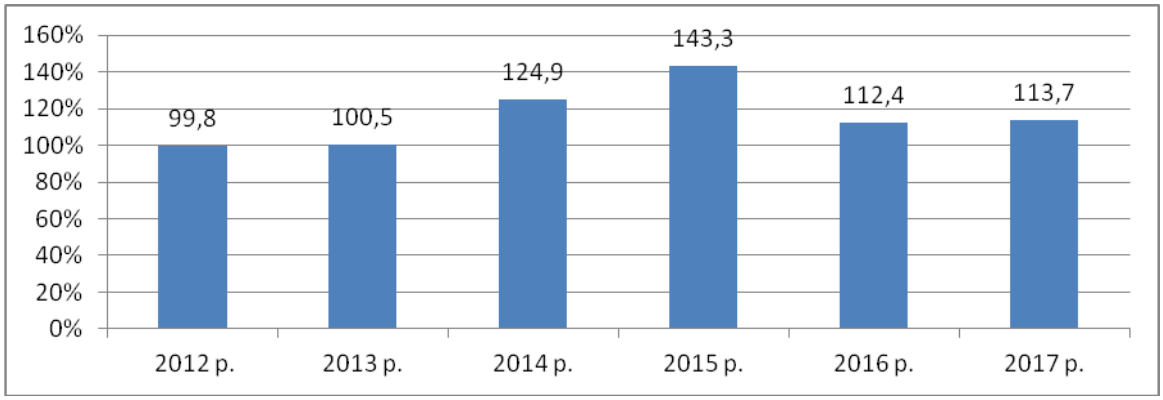


Рис. 2. Динаміка індексу інфляції за 2012–2017 рр., % (розроблено автором за даними [14])

Варто також зазначити, що дохід не представляє цінності сам по собі та не є метою розвитку людського потенціалу. Дохід – це можливості для реалізації особистості, показник контролю над ресурсами, які можуть бути спрямовані на розширення людського розвитку. У будь-якій країні високий рівень нерівності доходів і можливостей є перешкодою на шляху розвитку особистості. Крім того, що ці явища вкрай несприятливо впливають на динаміку

економіки, гальмують її зростання та знижують дієздатність суспільства, вони ще посилюють соціальну напругу в суспільстві та сприяють тіньовим розподільчим процесам.

Наука визнає нерівність головною проблемою людського розвитку. Вона виступає головним фактором суспільної нестабільності: чим вище і різноманітніше нерівність, тим вище ризики соціального конфлікту. Непомірно висока ступінь нерівності та її суспільне сприйняття значною мірою відображаються на якості формування та розвитку людського потенціалу в країні.

Неприпустимо низькі (навіть за національними стандартами офіційної оплати праці) заробітки, щонайменше половини працюючих, є характерною ознакою нерівності в Україні. Так, в скандинавських країнах середня зарплата 50% бідніших становить 70% від середньої по країні, в європейських країнах – 60, у США – 50, а в Україні – лише 30% [4].

Викликає занепокоєння надзвичайно велика різниця в оплаті праці 1% найбільш високо оплачуваних працівників у порівнянні з рештою робочої сили. Зокрема, в скандинавських країнах заробітки цієї відносно невеликої групи перевищують середні в 5 разів, у європейських країнах – в 7, у США – в 12, а в Україні – в 13 разів. Відповідно різниця в оплаті праці 1% найбільш забезпечених і 50% найменш забезпечених працівників в Україні вкрай висока. Якщо в скандинавських країнах середні заробітки 1% найбільш високооплачуваних працівників перевищують середню заробітну плату 50% найменш оплачуваних у 7,1 рази, в європейських країнах – в 11,7, у США – в 24, то в Україні – аж 43,3 рази [4]. Йдеться лише про офіційно виплачену заробітну плату, з якої сплачені податки. Якщо ж зробити поправку на обсяг тіньової економіки, то, як показують дослідження, облік незареєстрованих доходів підвищить показники саме найбільш заможних верств українського суспільства (що повністю відповідає світовій практиці) та ще більше поглибить показники розбалансованості у сфері оплати праці.

З одного боку – нерівність за доходами для суспільства з ринковими відносинами є природним, закономірним та необхідним явищем, оскільки нерівний майновий статус його членів вважається одним з потужних стимулів соціально-економічного прогресу за умови створення для кожного громадянина відносно однакових можливостей щодо реалізації свого потенціалу [16, с.23]. Однак, привертає увагу сама природа нерівності – у розвинених країнах диференціація доходів населення сформувалася під впливом дії законів ринку та конкуренції. В Україні ж високий рівень поляризації сформувався, в основному, за рахунок нерівномірного стихійного розподілу державних ресурсів між окремими групами осіб. На сьогоднішній день у нашому суспільстві факторами успіху в сфері доходів виступають: впливові родичі, походження з родини з високим соціальним становищем, заможні батьки, вміння йти в обхід закону тощо.

За відсутності можливостей забезпечити справедливий розподіл доходів, необхідно зменшувати надмірну нерівність за допомогою їх перерозподілу. В ситуації невиправдано високого розшарування населення за рівнем доходів, доцільним, на наш погляд, було б запровадження прогресивної ставки податку на доходи, які діють майже у всіх країнах Європи та Америки [17, с.17]. Більш багаті платять більший відсоток своїх доходів, ніж бідніші. Відповідно, багаті більше вкладають у фінансування публічних послуг, а бідніші додатково отримують певні вигоди – за рахунок більшої їх доступності, більшого розміру допомоги тощо.

Для порівняння, в Україні більш багаті платять 63,7% загальної суми податків з населення, а у США – 97,8%; а бідніші, відповідно, – 36,3% і 2,3%. Найбільш багаті 10% платників податків в Україні забезпечують 20,2% загальної суми надходжень з населення, а у США – 70,5%. Найвагомішою є різниця у внеску 1% найбільш заможних: в Україні внесок цієї категорії становить 4,4% від загальних надходжень, а у США – 36,7% (при цьому у США представники верхнього центиля отримують 35% загальних доходів, а в Україні – 39%) [4]. Основна причина такої ситуації в нашій країні – тінізація доходів та ухилення від сплати податків.

Глибока нерівність призводить до падіння рівня життя та збідніння населення. Наслідком цих процесів стають хворобливість і низький рівень освіти, що знижує економічну активність відповідних груп населення та негативно впливає на формування людського потенціалу країни. І навпаки – підвищення доходів бідних верств населення викликає збільшення попиту на товари національного виробництва і сприяє розвитку економіки в цілому, та людському розвитку зокрема.

Надмірне розшарування населення є безпосереднім фактором криміналізації суспільства, а саме, корупції, оскільки провокує втручання в політику і державне управління осіб з високими доходами. Корупція негативно позначається на якості та кількості державних послуг, зокрема в сфері освіти і охорони здоров'я, істотно знижуючи ефективність державних витрат. У цілому – зменшується задоволеність домогосподарств отриманими державними послугами [4].

Вкрай низький рівень офіційної заробітної плати в бюджетній сфері призводить не лише до низького рівня життя та масового невдоволення більшості працівників, але й до вимушеної орієнтації на різні додаткові нелегальні або напівлегальні заробітки. У результаті, корупція поширилася майже на всі сфери суспільного життя, створюючи вкрай негативні умови та середовище для розвитку людського потенціалу.

Отже, наслідками надмірної нерівності доходів виступає масове збідніння населення, зростання неформальної зайнятості, макроекономічна нестабільність, тінізація економіки, поширення корупції, недовіри до влади, падіння рівня життя, а всі ці явища в суспільстві, у свою чергу, підривають процес формування та накопичення людського потенціалу.

Висновки і перспективи подальших розробок. Таким чином, доходи населення в сучасних умовах є провідною складовою людського розвитку. Вони відіграють важливу роль в становленні не лише матеріальних орієнтирів особистості, але і в удосконаленні його духовних потреб, підвищенні рівня культури, освіти і всіх інших складових людського потенціалу.

Для підвищення ефективності державної політики доходів, спрямування її на зниження нерівності та поляризації доходів у суспільстві на основі принципу більш тісного взаємозв'язку між рівнем доходу індивіда і його людським капіталом, необхідно впровадження наступних заходів:

– введення прогресивної системи оподаткування;
– перехід від оподаткування доходів індивіда до оподаткування доходів домогосподарства;
– підвищення рівня оплати праці в бюджетній сфері шляхом заміни застарілої тарифної сітки сучасною системою стандартів оплати праці;
– введення системи контролю витрат і доходів з метою детінізації масштабних незареєстрованих доходів;
– перехід від стандартів рівня споживання індивіда до стандартів споживання домогосподарства [5];
– введення системи соціальних ліфтів для інтеграції в суспільне життя тих, хто позбавлений необхідних стартових можливостей (люди з обмеженими можливостями, діти-сироти, діти, позбавлені батьківського піклування, діти з асоціальних сімей) [4].

Економічна ситуація, що склалася на сьогоднішній день у сфері доходів населення в Україні, є несприятливою для накопичення, реалізації, а іноді навіть для збереження на колишньому рівні людського потенціалу. Тому на даному етапі розвитку суспільства аналіз впливу доходів на формування людського потенціалу потребує подальшого дослідження з метою виявлення і ліквідації негативних тенденцій у цій сфері та сприяння всебічному розвитку людини.

Література

1. Грішнова О. А. *Людський розвиток* : навч. посіб. К. : КНЕУ, 2006. 308 с.
2. Кір'ян Т. М. *Трудовий дохід як форма інвестицій у людський капітал (методологічний аспект)* // Україна : аспекти праці, 2013. № 3. С. 3–9.

3. Колот А. *Розвиток науки про працю і соціально-трудові відносини та її роль у переформатизації та формуванні сучасного економічного мислення* // Україна : аспекти праці, 2012. № 6. С. 3–9.
4. Либанова Э. *Украина : глубина неравенства*. Октябрь, 2016. № 35. URL: https://zn.ua/internal/ukraina-glubina-neravenstva-_.html (дата звернення: 15.08.2018).
5. Либанова Э. *Центростремительное содержание политики доходов*. Август, 2017. № 30–31. URL: https://zn.ua/internal/centrostremitelnoe-soderzhanie-politiki-dohodov-257611_.html (дата звернення: 16.08.2018).
6. Эрхард Л. *Благосостояние для всех*. М. : Дело, 2001. 578 с.
7. Супяна В. Б. *Экономика США* : учеб. для вузов. СПб. : Питер. 2003. 615 с.
8. *Вікіпедія*. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki (дата звернення: 20.08.2018).
9. *Human Development Reports. Latest Human Development Index (HDI) Ranking.* URL: http://hdr.undp.org/en/2018-update (дата звернення: 22.08.2018).
10. *Доповідь ПРООН.* URL: http://www.un.org.ua/ua/informatsiinyi-tsentr/news/4089-dopovid-proon-ukraina-zainiala-84-e-mistse-sered-188-krain-svitu (дата звернення: 22.08.2018).
11. *Індекс людського розвитку :* Україна посіла 88 позицію серед 189 країн. URL: http://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/presscenter/pressreleases/2018/human-development-indices--where-does-ukraine-rank--.htm (дата звернення: 27.08.2018).
12. Квитка А. В. *Доходы населения как фактор развития человеческого потенциала* // Вісник Національного університету Юридична академія України ім. Ярослава Мудрого. 2013. № 4 (15). С. 148–156.
13. Петруня Ю. Е., Задоя А. А. *Основы экономической теории* : учеб. пособ. 4-е изд., перераб. и доп. К. : Знання, 2008. 420 с.
14. *Державна служба статистики України* : сайт. URL: http://www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 29.08.2018).
15. *Кількість банків в Україні.* URL: http://www.index.minfin.com.ua/bank/stat/count.php.4 (дата звернення: 03.09.2018).
16. Ільєнко Н., Спасенко Ю. *Забезпечення оптимальної диференціації заробітної плати – важливий напрям регулювання оплати праці* // Україна : аспекти праці. 2015. № 1. С. 22–27.
17. Карпенко Н. В. *Сучасні тенденції в сфері доходів населення та заробітної плати* // Науковий вісник ОДЕУ. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. 2007. № 3 (40). С. 11–18.

References

1. Ghrishnova, O. A. (2006). *Human development* [Liudskyi rozvytok], KNEU, Kyiv, 308 s. [in Ukrainian]
2. Kir'ian, T. M. (2013). *Labor income as an investment form in human capital* [Trudovyi dokhid yak forma investytsii u liudskyi kapital], Ukraina: aspekty pratsi, No. 3, s. 3–9 [in Ukrainian]
3. Kolot, A. M. (2012). *The labor and socio-labor relations science development and its role in reformatting and shaping of modern economic thinking* [Rozvytok nauky pro pratsiu i sotsialno-trudovi vidnosyny ta yii rol u pereformatyzatsii ta formuvanni suchasnoho ekonomichnoho myslenni a], Ukraina: aspekty pratsi, No. 6, s. 3–9 [in Ukrainian]
4. Libanova, E. M. (2016). *Ukraine: the depth of inequality* [Ukraina: glubina neravenstva], available at: https://zn.ua/internal/ukraina-glubina-neravenstva-_.html [in Russian]
5. Libanova, E. M. (2017). *Centripetal content of incomes policy* [Tsentrostremitelnoe soderzhanie politiki dokhodov], available at: https://zn.ua/internal/centrostremitelnoe-soderzhanie-politiki-dohodov-257611_.html [in Russian]
6. Erhard, L. (2001). *Welfare for all* [Blagosostoyanie dlya vsekh], Delo, Moskva, 578 s. [in Russian]
7. Supyan, W. B. (ed.) (2003). *The USA economy* [Ekonomika SShA], Piter, Sankt-Peterburg, 615 s. [in Russian]
8. *Vikipediia*, available at: https://uk.wikipedia.org/wiki [in Ukrainian]
9. *Human Development Reports. Latest Human Development Index (HDI) Ranking*, available at: http://hdr.undp.org/en/2018-update.
10. *The UNDP reports* [Dopovidi PROON], available at: http://www.un.org.ua/ua/informatsiinyi-tsentr/news/4089-dopovid-proon-ukraina-zainiala-84-e-mistse-sered-188-krain-svitu [in Ukrainian]
11. *Human development index: Ukraine is ranked 88th out of 189 countries* [Indeks liudskoho rozvytku: Ukraina posila 88 pozyciiu sered 189 krain], available at: http://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/presscenter/pressreleases/2018/human-development-indices--where-does-ukraine-rank--.htm [in Ukrainian]

12. Kvitka, A. V. (2013). *Population incomes as a factor of human development* [Dokhody naseleniya kak faktor razvitiya chelovecheskogo potentsiala], Visnyk Natsionalnoho universytetu, Yurydychna akademiia Ukrainy, No. 4, s. 148–156 [in Ukrainian]
13. Petrunya, Yu. Ye. (2008). *The basics of economic theory* [Osnovy ekonomicheskoy teorii], Znannya, Kiev, 420 s. [in Russian]
14. *State Statistics Service of Ukraine:* website [Ofitsiinyi sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy], available at: http://www.ukrstat.gov.ua [in Ukrainian]
15. *The number of banks in Ukraine* [Kilkist bankiv v Ukraini], available at: http://www.index.minfin.com.ua/bank/stat/count.php.4 [in Ukrainian]
16. Ilenko, N., Spasenko, Ju. (2015). *The optimal wage differentiation ensuring is an important direction of wages regulation* [Zabezpechenna optymalnoi dyferentsiatsii zarobitnoi platy – vazhlyvyi napriam rehuliuvannia oplaty pratsi], Ukraina: aspekty pratsi, No. 1, s. 22–27 [in Ukrainian]
17. Karpenko, N. V. (2007). *Modern trends in incomes and wages sphere* [Suchasni tendencii v sferi dokhodiv naselennia ta zarobitnoi platy], Naukovyi visnyk ODEU, No. 3, s. 11–18 [in Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 18.09.2018. Прийнята до друку 03.10.2018.

УДК 331.522.4:331.101.6

Марина Сергіївна КРИВЦОВА
кандидат економічних наук, старший викладач кафедри управління персоналом і економіки праці, Одеський національний економічний університет, Україна,
e-mail: m.kryvtsova@gmail.com, ORCID ID: http://orcid.org/0000-0001-6069-9691

ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ТА ПРОДУКТИВНІСТЬ ПРАЦІ: ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ТА УЗГОДЖЕНІСТЬ

Кривцова, М. С. Людський капітал та продуктивність праці : взаємозв'язок та узгодженість // 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. № 3 (67). С. 151–161.

Анотація. *Статтю присвячено актуальному питанню взаємного впливу розвитку людського капіталу на рівень продуктивності праці як на державному рівні, так і на рівні підприємства. Наголошено, що інвестиції в людський капітал вважаються невід'ємним елементом успішного розвитку підприємства. У сучасній економіці людський капітал набуває визначальну роль, виступаючи найважливішим фактором економічного зростання і добробуту суспільства, головним критерієм для підвищення продуктивності праці та оцінки ефективності компанії в досягненні конкурентних переваг. Досліджено основні тенденції, що притаманні «економіці знань», яка змінює акцент у досягненні конкурентних переваг з «техногенного» фактору на «гомогенний». Проаналізовано статистичні показники продуктивності праці на макро- та мікрорівні. Здійснено аналіз інвестицій в людський капітал на підприємствах України. Визначено, що навчання персоналу на сучасному етапі розвитку економіки за допомогою інвестування у людський капітал варто вважати найважливішою стратегічною задачею, яку ставлять перед собою підприємства. Це сприяє утриманню персоналу, знижує рівень плинності кадрів, сприяє підвищенню продуктивності праці, дозволяючи будь-якому підприємству не лише вижити у ринкових умовах, але й досягти конкурентної переваги, утримати і поліпшити свої позиції на ринку, забезпечити зростання і накопичення людського капіталу. Розглянуто напрямки діяльності для досягнення ефективності процесу навчання працівників підприємства та позитивного довгострокового результату у вигляді підвищення продуктивності праці. Сформульовано рекомендації щодо сприяння розвитку працівників-новаторів, які створюють найбільш вагомий внесок у підвищення продуктивності праці на підприємстві.*

Ключові слова: *людський капітал; продуктивність праці; людський розвиток; якість життя; інвестиції в персонал; навчання персоналу.*

Марина Сергеевна КРИВЦОВА
кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры управления персоналом и экономики труда, Одесский национальный экономический университет, Украина,
e-mail: m.kryvtsova@gmail.com, ORCID ID: http://orcid.org/0000-0001-6069-9691

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ И ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ ТРУДА: ВЗАИМОСВЯЗЬ И СОГЛАСОВАННОСТЬ

Кривцова, М. С. Человеческий капитал и производительность труда: взаимосвязь и согласованность // 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. № 3 (67). С. 151–161.

Аннотация. *Статья посвящена актуальному вопросу взаимного влияния развития человеческого капитала на уровень производительности труда, как на государственном уровне, так и на уровне предприятия. Отмечено, что инвестиции в человеческий капитал считаются неотъемлемым элементом успешного развития предприятия. В современной экономике человеческий капитал приобретает определяющую роль, выступая важнейшим фактором экономического роста и благосостояния общества, главным критерием для повышения производительности труда и оценки эффективности компании в достижении конкурентных преимуществ. Исследованы основные тенденции, присущие «экономике знаний», которая меняет акцент в достижении конкурентных преимуществ с «техногенного» фактора на «гомогенный». Проанализированы статистические показатели производительности труда на макро- и микроуровне. Выполнен анализ инвестиций в человеческий капитал на предприятиях Украины. Определено, что обучение персонала на современном этапе развития экономики посредством инвестирования в человеческий капитал, следует считать важнейшей стратегической задачей, которую ставят перед собой предприятия. Это способствует удержанию персонала, снижает уровень текучести кадров, способствует повышению производительности труда,*

© КРИВЦОВА М.С., 2018

позволяя любому предприятию не только выжить в рыночных условиях, но и достичь конкурентного преимущества, удержать и улучшить свои позиции на рынке, обеспечить рост и накопление человеческого капитала. Рассмотрены направления деятельности для достижения эффективности процесса обучения работников предприятия и положительного долгосрочного результата в виде повышения производительности труда. Сформулированы рекомендации для содействия развитию работников-новаторов, которые создают наиболее весомый вклад в повышение производительности труда.

Ключевые слова: *человеческий капитал; производительность труда; развитие общества; качество жизни; инвестиции в персонал; обучение персонала.*

Marina KRYVTSOVA
PhD in Economics, Senior lecturer, Department of Human Resources and Labor Economics,
Odessa National Economics University, Ukraine, e-mail: m.kryvtsova@gmail.com,
ORCID ID: http://orcid.org/0000-0001-6069-9691

HUMAN CAPITAL AND LABOR PRODUCTIVITY: INTERCONNECTION AND COHERENCE

Kryvtsova, M. (2018). Human capital and labor productivity: interconnection and coherence. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Liudskyi kapital ta produktyvnist pratsi: vzaiemozviazok ta uzhodzhenist; za red.: M. I. Zvieriakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; Vìsnik socìal'no-ekonomìčnih doslìdžen' (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 3 (67), pp. 151–161.

Abstract. *The article is devoted to the actual question of the mutual influence of human capital development on the level of labor productivity at the state level and at the enterprise level. It is emphasized that investments in human capital are considered as an integral part of enterprise successful development. In the modern economy, human capital acquires a decisive role, being the most important factor in economic growth and the welfare of society, the main criterion for labor productivity increasing and the company's effectiveness evaluating in competitive advantages achieving. The main tendencies that are inherent in the «knowledge economy», which changes the emphasis in competitive advantages achieving from «technogenic» factor to «homogenous», are investigated. The statistical indicators of labor productivity on macro- and micro-level are analyzed. The analysis of investments in human capital at Ukrainian enterprises is carried out. It is determined that the staff training at the present stage of economic development by investing in human capital should be considered as a most important strategic, which enterprises set themselves. It contributes to the staff retaining, the staff turnover reduces, the labor productivity increasing contributes, allowing any enterprise not only to survive in market conditions, but also to achieve a competitive advantage, to retain and improve its market position, to ensure growth and accumulation of human capital. The activity directions for efficiency achievement of enterprise employees training process and positive long-term result in the form of labor productivity increasing are considered. Recommendations to promote of innovative employees development, which create the most significant contribution in the labor productivity increasing are formulated.*

Keywords: *human capital; labor productivity; human development; quality of life; life quality; investment in staff; staff training.*

JEL classification: *J240; O490*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Досягнення визнаних світовою спільнотою стандартів життя є ключовим завданням соціально-економічної політики України в сучасних умовах. Водночас, цілком очевидно, що забезпечення реалізації потреб людини і можливостей людського розвитку безпосередньо залежить від економічної ситуації в країні. Особливо важливого значення у даному контексті набувають проблеми забезпечення стійкого економічного зростання на основі підвищення продуктивності праці як основного індикатора ефективності економіки.

У сучасних умовах глобалізаційного світу відбувається заміна економічних чинників розвитку соціальними, а економіка підпорядковується забезпеченню цінностей людини. Разом з тим, вільний розвиток і забезпечення відповідного рівня добробуту для людини стають умовами не тільки збагачення самої людини, а й подальшого економічного розвитку суспільства. В цьому контексті під розвитком людини ми розуміємо необхідність здійснення інвестицій у людський капітал, що створює передумови для підвищення продуктивності праці та сталого економічного та інноваційного розвитку підприємств. Саме тому

актуальним є дослідження продуктивності праці в її тісному взаємозв'язку із процесом інвестування людського капіталу, поєднання економічного та соціального напрямків розвитку економіки.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Теоретичне підґрунтя сучасних уявлень про економічний зміст поняття продуктивності праці, обґрунтування методики вимірювання її рівня й динаміки, застосування різноманітних методів для характеристики ступеня впливу факторів на продуктивність праці закладене працями дослідників далекого та близького зарубіжжя. Зокрема, багатогранна проблема підвищення продуктивності праці стала предметом уваги таких зарубіжних науковців, як П. Друкер, Г. Емерсон, К. Куросава, А. Лоулер, Б. Генкін, А. М. Гінзбург, Р. Колосова, С. Г. Струмілін тощо.

Різні аспекти окресленої проблематики досліджували такі українські вчені як Д. П. Богиня, О. А. Грішнова, В. М. Данюк, О. П. Дяків, Т. А. Заяць, А. М. Колот, Е. П. Качан, Т. М. Кір'ян, Е. М. Лібанова, О. В. Макарова тощо.

Проблема продуктивних здібностей людини як особливого виду людського капіталу розглянута в працях Г. Беккера, М. Блауга, Д. Богині, Г. Боуена, А. Гальчинського, В. Гейця, О. Грішнової, В. Денесюка, А. Добриніна, І. Каленюка, В. Куценко тощо.

Академік НАН України Е. Лібанова у роботі [1, с.49] акцентує увагу на підвищенні якості населення в умовах посилення тенденцій глобалізації світової економіки, що має стати головним фактором підвищення рівня національної конкурентоспроможності та забезпечення стійкого економічного зростання. Інноваційно орієнтована економіка потребує підготовки робочої сили широкого профілю, здатної до навчання і постійного оновлення отриманих знань, сприйняття технологічних інновацій, освоєння нових універсальних спеціальностей, наявності стійких мотиваційних установок на підвищення професійного рівня, а, отже, і продуктивності праці.

Відомий вчений України О. Грішнова вважає, що на макроекономічному рівні зростання продуктивності праці визначає динаміку ВВП, забезпечує збільшення купівельної спроможності основної маси населення, стає дієвим засобом послаблення інфляції і основним джерелом реалізації заходів, спрямованих на соціальний розвиток і зростання рівня життя населення [2, с.280].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. В сучасних умовах все більше дослідників поділяють точку зору про значний вплив якості людського капіталу на виробничу ефективність і темпи економічного зростання, стверджуючи, що при практично однаковій технічній оснащеності більш конкурентоспроможним сьогодні виявляється той виробник, який ефективніше використовує наявні у нього людські ресурси, причому, чим більша компанія, тим більш значущим стає людський фактор.

Численні дослідження показують, що «економіці знань» притаманні такі тенденції:

– «техногенний» фактор відмінностей в конкурентному становищі підприємства змінюється «гомогенним» чинником, що визначається, в першу чергу, здібностями і можливостями персоналу;
– більшість знань сучасної компанії знаходиться «тільки в головах співробітників» і це найцінніший інтелектуальний ресурс – так звані неявні знання, укладені в досвіді, навичках, компетенції співробітників. Причому, важливою ресурсною особливістю інтелектуальних ресурсів персоналу є їх в деякому сенсі невичерпність за певних умов, що може і повинно бути покладено в основу ефективного управління продуктивністю праці;
– ефективна робота з персоналом у сучасних соціально-економічних умовах може мати своїм наслідком суттєве зростання продуктивності праці та, як наслідок, доходів підприємців та акціонерів [3, с.156].

Все це засвідчує актуальність та значимість вивчення процесів інвестування у людський капітал та управління продуктивністю праці.

Водночас недостатньо опрацьованими залишаються питання, пов'язані з системними дослідженнями взаємовпливу продуктивності праці та інвестицій у людський капітал, що

знижує можливості ефективного управління соціально-економічними процесами на різних рівнях.

Постановка завдання. Метою статті є вивчення теоретико-методологічних та практичних основ взаємозв'язку та узгодження розвитку людського капіталу з рівнем продуктивності праці як на державному рівні, так і на рівні підприємств.

Для досягнення цієї мети автором було поставлено та вирішено такі завдання: вивчити статистичну інформацію щодо рівня продуктивності праці в Україні та країнах ЄС, розглянути основні тенденції роботи з персоналом на українських підприємствах, обґрунтувати необхідність здійснення інвестицій у людський капітал для підвищення продуктивності праці на макро- та мікрорівні.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах посилення глобалізаційних тенденцій розвитку світової економіки пріоритетного значення набувають проблеми досягнення збалансованості між забезпеченням розвитку суспільства та підвищенням життєвого рівня населення. При цьому оцінка рівня продуктивності праці продовжує залишатися одним із найважливіших індикаторів динаміки розвитку соціально-трудової сфери економічно розвинених країн. Як свідчить досвід ринково орієнтованих країн, саме за рахунок зростання продуктивності як економічного підґрунтя забезпечення сталого суспільного розвитку досягалося значне підвищення життєвого рівня населення. Разом з тим, суспільний прогрес неможливий, якщо не реалізовані можливості для людини прожити довге і здорове життя; набувати, розширювати й оновлювати знання; мати доступ до засобів існування, що забезпечують гідний рівень життя.

Ґрунтовний аналіз переваг від інвестування у людський капітал здійснила О. Грішнова, яка визначає такі його вигоди [4, с.83]:

– інвестиції в напрямку зростання трудового потенціалу повертаються в декілька разів вищою віддачею, ніж вкладення в основний та оборотний капітали, адже в процесі формування та використання людський потенціал не зношується, а вдосконалюється за рахунок надбання людиною професійного досвіду;
– незалежно від суб'єкта інвестування дохід від вкладень у людський капітал має тристоронній ефект: для працівника – зростання доходів, якості життя, задоволення від роботи та самоповага; для власника підприємства – підвищення продуктивності праці та конкурентоспроможності виробництва, скорочення втрат робочого часу та економія витрат; для держави – зростання ВВП, підвищення добробуту громадян, їхньої економічної активності;
– кумулятивна (суспільна) вигода від інвестицій у вдосконалення трудового потенціалу перевищує суму тих вигод, які отримує кожен учасник окремо.

Однак є фактори, які стримують інвестування в людський капітал: 1) важко гарантувати отримання очікуваного результату та високий ризик (робітник може з часом змінити роботу та перейти на більш високооплачувану, водночас економічна вигода від модернізації основних фондів є цілком передбачуваною та чітко прогнозованою вартістю); 2) інвестиційний період людського капіталу є значно тривалішим, ніж вкладення у фізичний капітал (підготовка фахівця в установах вищої освіти триває 5–6 років, у той час як заміна обладнання та модернізація основних фондів відбуваються в декілька разів швидше); 3) інвестиції у зростання якостей трудового потенціалу не можуть мати тимчасовий або одноразовий характер, оскільки це зменшує їх загальну ефективність; 4) із закінченням активного трудового життя використання накопиченого людського капіталу значно знижується; 5) віддача від інвестицій залежить від тривалості життя вкладника.

Оцінюючи показники продуктивності праці та якості людського розвитку в Україні порівняно з іншими країнами необхідно констатувати, що теоретичні основи про взаємозв'язок продуктивності та розвитку людського капіталу цілком підтверджуються різними статистичними даними. Наприклад, показник погодинної продуктивності праці в Україні найнижчий серед країн Європи – лише 2,8 дол. США за годину проти 29,08 дол. США в Польщі та 59,94 дол. США в Німеччині (рис. 1).

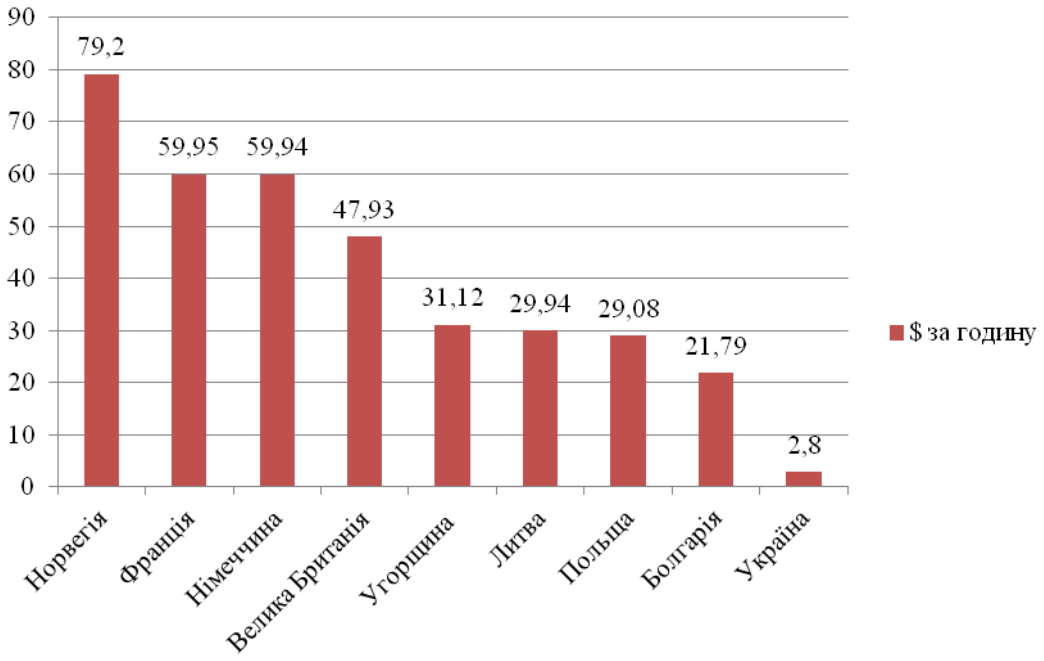


Рис. 1. Продуктивність праці в країнах ЄС та Україні в 2016 році, дол. США за годину (розраховано на основі даних Держстату України та Мінекономрозвитку України)

Якщо розглянути такий показник як індекс людського розвитку, який використовується для порівняльної оцінки бідності, грамотності, освіти, середньої тривалості життя, рівню охорони здоров'я, соціальної захищеності, довголіття, екології, рівень злочинності, дотримання прав людини і ВВП на душу населення, то і тут Україна значно відстає від європейських країн, хоча в цілому по світу належить до групи країн з високим індексом (табл. 1).

Таблиця 1

Індекс людського розвитку в Україні та країнах ЄС, 2016–2017 рр. [5]

Індекс людського розвитку, місце у рейтингу		
Країна	Рік	
	2016	2017
Норвегія	1	1
Німеччина	4	5
Велика Британія	16	14
Франція	21	24
Польща	36	33
Литва	37	36
Угорщина	43	45
Болгарія	56	51
Україна	84	88

Вивчення динаміки зміни ВВП та продуктивності праці в Україні показує, що за останні п'ять років не було значних змін у цих показниках, а навпаки, в період 2013–2015 рр. відбулося значне падіння як ВВП, так і показника продуктивності праці що, звісно, обумовлено соціально-політичними подіями. Лише у 2016 році намітилася тенденція до росту ВВП та продуктивності праці на одного працівника у 2,4% та 3,4% відповідно (табл. 2).

Таблиця 2

ВВП та продуктивність праці на одного працівника в Україні, 2012–2016 рр. [6, с.2]

	Рік				
ВВП:	2012	2013	2014	2015	2016
у фактичних цінах, млн. грн.	1404669	1465198	1586915	1988544	2385367
у постійних цінах 2010 року, млн. грн.	1141055	1140750	1066001	961821	985299
індекс фізичного обсягу, % до попереднього року	100,2	100,0	93,4	90,2	102,4
Продуктивність праці (одного зайнятого)					
у фактичних цінах, грн.	72927	75861	87804	120934	146549
у постійних цінах 2010 року, грн.	59241	59063	58982	58494	60534
індекс змін, % до попереднього року	100,1	99,7	99,9	99,2	103,4

Таким чином, статистика красномовно підтверджує необхідність звернення уваги на зміну підходу до розвитку людського капіталу та управління продуктивністю праці як на державному рівні, так і на рівні підприємств.

Вивчаючи наукові здобутки у сфері людського капіталу, не можна не погодитися з точкою зору О. А. Грішнової, згідно з якою людський капітал (знання, навички та інші продуктивні здібності, які людина здобула шляхом освіти, професійної підготовки, практичного досвіду) є як результатом, так і чинником людського розвитку, тобто він забезпечує не лише економічне зростання, але й стає метою і критерієм соціально-економічного прогресу [7, с.101].

При цьому реалізація людського капіталу можлива за умов залучення інвестицій у людський капітал, які забезпечують суттєвий за обсягом, тривалий за часом й інтегральний за характером економічний та соціальний ефект. Саме інвестиції в людський капітал сприяють підвищенню професійної кваліфікації та поліпшенню продуктивних здібностей людини та, відповідно, збільшують продуктивність праці.

У зв’язку з цим, управління розвитком людського капіталу, у тому числі його професійне навчання на підприємстві, також потребує значної уваги та переосмислення його значення. Потреба у безперервному поповненні й відновленні професійних знань, їхньої актуалізації на продуктивному етапі людського життя обумовлена темпами науково-технічного прогресу, переходом до інформаційного розвитку суспільства, широким застосуванням інформаційних технологій.

За деякими оцінками, середньорічний темп приросту нових знань становить 4–6%. Це означає, що близько 50% професійних знань фахівець повинен одержати після закінчення навчального закладу.

Обсяг часу, необхідний для відновлення професійних знань для фахівців з вищою освітою, становить 28% від загального обсягу часу, яким володіє працівник протягом усього працездатного періоду [8, с.119].

Українські підприємства неоднозначно підходять до процесу інвестування у власний персонал. Це показують дані аналітичної компанії EY. З одного боку, відповідно до «Огляду кадрових політик і практик EY-2017», 86% компаній в Україні проводять оцінку ефективності роботи співробітників, із них 61% роблять це раз на рік [9]. На практиці це означає, що компанії впроваджують різні системи оцінки персоналу та виявляють напрямки для його розвитку, тобто навчанню. Але згідно з останніми дослідженнями компанії EY варто відмітити, що пріоритети компаній на 2018 рік значно відрізняються від 2017 року. Навчання та розвиток персоналу, яке займало перше місце на порядку денному останні 3 роки, поступилося місцем питанню залучення персоналу, який відзначили 61% компаній.

Водночас, підбір персоналу продовжує набирати важливість, посівши третє місце серед пріоритетів кадрових політик (для порівняння у 2015 році – 12 місце). На четвертому місці знаходиться корпоративна культура, яку відзначили 46% компаній [10]. Але навіть таке незначне переміщення пріоритетів у навчанні та розвитку персоналу (з першого місця на друге) все одно показує, що цей напрямок кадрової політики дуже важливий для підприємств, особливо тих, хто прагне до інновацій та високих фінансових показників.

На сьогодні сформовано два підходи до розвитку людського капіталу на підприємствах:

– перший підхід зорієнтований на використання вже існуючих у людини знань, здібностей та вмінь з метою отримання швидкого економічного ефекту – у цьому випадку витрати на професійне навчання розглядаються як видатки, які необхідно скорочувати;
– другий підхід передбачає розвиток персоналу як стратегічного виду ресурсів, який буде забезпечувати конкурентні переваги підприємства й потребує довгострокових інвестицій – цей підхід є найбільш перспективним, оскільки для успішного економічного розвитку суттєве значення має людський інтелект, знання, котрі повинні розвиватися і матеріалізуватися в інноваціях, підвищенні продуктивності і якості праці, а отже, прирощуванні прибутку й зростання конкурентоспроможності підприємства.

Наразі світова наука і практика знаходяться у пошуках доказів переваги інвестицій в людський капітал порівняно з інвестиціями в основний капітал. Це співвідношення характеризується різноманітними пропорціями, але найчастіше – 0,6/0,4 з перевагою інвестицій у людський капітал. Окремі автори навіть називають це співвідношення «золотий перетин». Звичайно, вважаємо, що «золотий перетин» об’єктивно існує, але його визначення є результатом економічного аналізу на оптимальність виробничої функції. Тому конкретне значення «золотого перетину» залежить від численних факторів внутрішнього і зовнішнього виробничого середовища. Але цілком зрозуміло, що на кожному підприємстві спостерігаються відхилення від середньогалузевого значення «золотого перетину» залежно від рівня його організаційної культури.

Умови, за яких підприємства України здійснюють інвестування у людський капітал, є досить різними та залежать від значної кількості внутрішніх і зовнішніх чинників, визначальними серед яких є розмір та рівень конкурентоспроможності підприємства на ринку. Можливості великих економічно успішних промислових підприємств дозволяють їм створювати у своєму складі та забезпечувати сучасним обладнанням спеціалізовані структурні підрозділи, метою діяльності яких є комплексна підготовка, перепідготовка, підвищення кваліфікації та інші види професійного розвитку працівників. У якості викладачів до цих підрозділів можуть запрошуватися як штатні працівники підприємства, які протягом тривалого часу демонструють найвищі трудові результати та володіють педагогічними якостями, так і сторонні провідні фахівці та викладачі у кожній окремій сфері знань. Основним призначенням таких підрозділів є здійснення професійного навчання робітничого персоналу на досить високому якісному рівні відповідно до сучасних вимог ринку та технологічних особливостей виробництва. Найвищим організаційним результатом такого широкомасштабного професійного розвитку працівників підприємства може стати сертифікація рівня володіння професійними знаннями працівників, що пройшли певний вид внутрішнього навчання та успішно склали іспит, підтвердженням чого є сертифікат державного рівня. Разом з тим, такі підприємства мають можливості здійснювати професійний розвиток керівного персоналу у найкращих та найбільш престижних навчальних закладах країни та світу, що має значно підвищити їх конкурентоспроможність та отримати економічну віддачу від інвестованих коштів.

Натомість переважна більшість малих та середніх підприємств не мають достатньо фінансових та організаційних ресурсів, які б дозволили їм здійснити власними силами та на достатньо високому рівні професійну підготовку та перепідготовку персоналу, що значно звужує можливості реалізації програм професійного розвитку працівників. У цьому випадку можуть бути використані два основних економічно доцільних варіанти збільшення рівня

професійної компетенції працівників. Перший є переважно бюджетним та полягає у використанні різних форм внутрішнього наставництва та коучинга. Другий – підготовка та перепідготовка працівників у спеціалізованих навчальних закладах на платній основі. Практичний вибір одного із цих двох варіантів у кожному конкретному випадку має супроводжуватися обґрунтуванням економічної доцільності та оцінкою ймовірності настання певних ризиків інвестування. Проте у будь-якому випадку використання внутрішніх форм професійного розвитку більш раціонально застосовувати для рядових працівників, тоді як професійний розвиток із залученням зовнішніх провайдерів доцільно використовувати для керівного персоналу.

Якщо розглянути питому вагу інвестованих підприємством коштів у людський капітал від фонду оплати праці, яку досягнуто окремими найбільш успішними та провідними промисловими підприємствами світу, то найвищій рівень цього показника спостерігається на підприємствах Європи і сягає 8%, для підприємств США він дорівнює 6,5%, для Японії – 5,2% [10]. Вивчення статистичної інформації щодо здійснення інвестування у людський капітал на підприємствах України дозволяє стверджувати, що цей процес має доволі повільний характер та складає незначну частку в процентному відношенні до фонду оплати праці, так на 2017 рік цей показник склав лише 3,9% (табл. 3). Але він доволі варіативний за видами економічної діяльності: найвищий відсоток витрат можна побачити у сфері наукових досліджень і розробок – 8,4% та будівництві – 8,3%, а найнижчий – 0,2% у сфері освіти та 0,4% – у сфері охорони здоров'я (табл. 4).

Таблиця 3

Витрати підприємств на утримання робочої сили, які не відносяться до фонду оплати праці [11]

Рік	Сума витрат, млн. грн.	% до фонду оплати праці	% до попереднього року	Сума витрат у серед-ньому на 1 штатного працівника, грн.	% до попереднього року
2013	17924,3	4,5	101,4	2807	104,6
2014	18526,2	4,6	103,4	3254	115,9
2015	18987,1	4,7	102,5	4516	138,8
2016	21605,9	4,4	113,8	3490	77,3
2017	25574,5	3,9	118,4	4136	118,5

Таким чином, можна стверджувати, що низькі темпи росту продуктивності праці значною мірою пов'язані з незадовільним станом фінансування процесу розвитку людського капіталу на підприємствах. Необхідність та ефективність цих витрат визнаються багатьма експертами та науковцями, але реалії показують, що підприємці ще не готові до інтенсивних вкладень у людський капітал.

Низький рівень інвестування вітчизняними підприємствами у людський капітал зумовлений перш за все такими головними причинами:

– нестачею вільних коштів у підприємств;
– нерозумінням керівництвом необхідності даної складової загального інвестування внаслідок непоінформованості про те, в який термін і в якому вигляді буде отримана окупність від вкладених коштів;
– неефективною системою мотивації щодо вкладення коштів у людський капітал з боку держави для підприємств.

Таблиця 4

Витрати підприємств на утримання робочої сили, які не відносяться до фонду оплати праці, за видами економічної діяльності у 2017 році [11]

	Сума витрат		Сума витрат у середньому на одного штатного працівника, грн.
	млн. грн.	% до фонду оплати праці	
Усього	25 574,5	3,9	4 136
Сільське господарство, лісове та рибне господарство	578,9	1,7	1 425
Промисловість	14 023,5	8,1	8 104
Будівництво	1 042,4	8,3	7 801
Інформація та телекомунікації	522,0	3,0	6 477
Фінансова та страхова діяльність	610,6	2,4	4 613
Операції з нерухомим майном	83,1	1,4	1 377
Професійна, наукова та технічна діяльність;	1 546,7	5,9	9 477
з неї наукові дослідження та розробки	719,2	8,4	12 355
Державне управління й оборона; обов’язкове соціальне страхування	268,6	0,5	483
Освіта	206,5	0,2	253
Охорона здоров’я та надання соціальної допомоги	208,6	0,4	297
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	115,0	1,0	1 461

Для ефективної реалізації процесу навчання працівників підприємства та досягнення позитивного довгострокового результату у вигляді підвищення продуктивності праці необхідно враховувати наступне:

– керівник підприємства (бригади, відділу тощо) повинен бути активним учасником цього процесу: постійно вчитися самому й координувати навчання підлеглих;
– до навчання необхідно підходити як до системи, яка включає великий обсяг підготовчої роботи і посттренінгового супроводження;
– використання набутих знань й навичок на робочому місці – основне завдання навчання;
– за допомогою навчання можливо формувати здоровий соціальний клімат на підприємстві (цеху, відділі, підрозділі тощо), оскільки його варто також розглядати як мотиваційний та командостворюючий фактор;
– для того, щоб навчання розглядалося як інвестиції в кадровий ресурс, а не затратами, необхідно розвивати працівника як лояльну до підприємства ініціативну особистість;
– при формуванні груп працівників, що навчаються, необхідно враховувати різноманітний рівень підготовки і обізнаність працівників, а також їх соціально-демографічні характеристики;
– у процесі навчання процес поширення знань можна активізувати різними способами (серед яких звіти, візити й екскурсії, ділові ігри, ротація персоналу, освітні програми й тренінги, програми стандартизації, обмін досвідом, конференції тощо), використання яких у сукупності дозволить застосовувати переваги й обмеження кожного;
– для отримання робітниками суміжної професії або проведення навчання з питань, за якими на підприємстві немає викладачів, можна звернутися до закладів професійної підготовки працівників;

– для отримання довгострокового ефекту необхідно створити систему навчання і розвитку людського капіталу, яка передбачає навчання поза робочим часом (семінари, тренінги, бізнес-курси, тощо), навчання на робочому місці (наставництво зі сторони досвідчених працівників, налагодження зворотного зв'язку з керівником), а також різноманітних процедур оцінки персоналу.

У процесі професійного навчання основна увага повинна приділятися практичним умінням і навичкам, яких набувають працівники на підприємстві. Проте в умовах ринкової економіки важливими для керівництва підприємства є сприяння розвитку саме працівників-інноваторів, які створюють найбільш вагомий внесок у підвищення продуктивності праці на підприємстві. Цей розвиток повинен проходити через:

– постійне нагромадження працівником професійної компетентності, що припускає інтеграцію навчання з виконанням трудових завдань, саморозвиток як обов'язок кожного працівника, трансформацію нових знань у необхідні уміння і навички рішення конкретних трудових проблем;
– підвищення в кожного працівника задоволеності працею, яка залежить переважно від здатності людини вибрати заняття, що цілком відповідає його потребам, інтересам, прагненням, а також фізичним можливостям, що розкриваються у сфері праці;
– надання працівнику максимальних можливостей для поліпшення його статусу, розвитку кар'єри, вдосконалення його креативних здібностей, підвищення загального професіоналізму, забезпечення умов для творчої та інтелектуальної самореалізації в інноваційному процесі;
– реконструкція самого процесу праці в напрямку розширення посадових обов'язків, ротації працівників, поліпшення умов праці;
– розвиток «командного духу» шляхом переходу від індивідуальної до групової відповідальності, шляхом використання працівників як ресурсу для розвитку один одного, залучення їх до процесу створення інноваційного продукту, технології тощо.

Висновки і перспективи подальших розробок. Як висновок варто зазначити, що рішення проблем підвищення продуктивності праці за рахунок розвитку людського капіталу ресурсів неможливо без реалізації централізованої державної політики підготовки/перепідготовки кадрів. Така політика повинна інтегрувати в загальний потік капіталовкладень професійно-кваліфікаційні ресурси підприємств і домогосподарств з метою підвищення ефективності їх взаємодії, оптимізувати використання часу навчання, забезпечити відповідність механізмів освітньої системи завданням держави і господарюючих суб'єктів з відтворення трудових ресурсів. Рішення такого завдання передбачає адресність підготовки персоналу відповідно до конкретних запитів роботодавця і підвищення відповідальності всіх зацікавлених сторін (держава – бізнес – населення) за кількість і якість створюваного людського капіталу, що відповідає вимогам перспективного інноваційного розвитку вітчизняної економіки на основі цільової орієнтації управління інвестиціями у людські ресурси. Отже, від того, наскільки економічно виваженою буде підібрана програма, якими будуть періодичність та місце здійснення професійного розвитку кожного управлінського працівника, значним чином залежать ступінь його закріплення на підприємстві, можливість отримання у найближчій або віддаленій перспективі окупності від інвестованих коштів та результативність прийняття ним управлінських рішень.

Перспективи подальших розробок пов'язані з більш детальним вивченням факторів розвитку людського капіталу та процесу інвестування у людський капітал на мікрорівні для підвищення рентабельності вкладень і, як наслідок, росту продуктивності на макрорівні, що створює підґрунтя для соціально-економічного розвитку країни.

Література

1. Лібанова Е. М. *Людський розвиток в Україні* : *інноваційний вимір* : кол. монографія. К. : Інститут демографії та соціальних досліджень НАН України, 2008. 316 с.
2. Грішнова О. А. *Трудовий потенціал України* : *оцінка стану, ефективність використання, стратегічні напрями розвитку* : монографія. Черкаси : Маклаут, 2011. 360 с.

3. Кравченко К. А., Мешалкин В. П. *Управление крупной компанией* : учеб. пособ. по дисциплине «Менеджмент организаций». 2-е изд. М. : Академический проспект, 2010. 350 с.
4. Грішнова, О. А. *Людський капітал* : *формування в системі освіти і професійної підготовки*. К. : Знання, 2001. 254 с.
5. *Список країн за ІЛР* // Матеріал з Вікіпедії – вільної енциклопедії. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Список_країн_за_ІЛР (дата звернення: 09.08.2018).
6. *Продуктивність праці та продуктивність капіталу* : стат. бюлетень // Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. К., 2018. 12 с.
7. *Інвестування в людський капітал у системі чинників забезпечення гідної праці* : монографія / За наук. ред. О. А. Грішнової. К. : КНЕУ, 2015. 222 с.
8. Гавкалова Н. Л. *Проблеми ідентифікації соціального капіталу* // Формування ринкової економіки. 2005. № 6. С. 117–122.
9. *Новые тренды в области управления персоналом* // Обзор компании EY. URL: https://hrliga.com/index.php?module=news&op=view&id=19197 (дата обращения: 14.08.2018).
10. *Рынок труда Украины в цифрах* // Обзор ключевых тенденций от EY. URL: https://prohr.rabota.ua/osnovnyie-tendentsii-na-ryinke-truda-ukrainyi (дата обращения: 15.08.2018).
11. *Праця України у 2017 році* : стат. зб. К. : Август Трейд, 2018. URL: http://www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 21.08.2018).

References

1. Libanova, E. M. (2008). *Human development in Ukraine: innovative dimension* : monograph [Liudskyi rozvytok v Ukraini: innovatsiinyi vymir: kolektyvna monohrafiia], Instytut demohrafii ta sotsialnykh doslidzhen NAN Ukrainy, Kyiv, 316 s. [in Ukrainian]
2. Grishnova, O. A . (2011). *Labor potential of Ukraine: assessment of the state, efficiency of using, strategic directions of development* : monograph [Trudovyi potentsial Ukrainy: otsinka stanu, efektyvnist vykorystannia, stratehichni napriamy rozvytku: monohrafiia], Maklaut, Cherkasy, 360 s. [in Ukrainian]
3. Kravchenko, K. A., Meshalkin, V. P. (2010). *Management of a large company*. 2nd ed. [Upravlenie krupnoy kompaniey: uchebnoe posobie po distsipline «Menedzhment organizatsii»], Akademicheskiy prospekt, Moskva, 350 s. [in Russian]
4. Grishnova, O. A. (2001). *Human capital: formation in education and vocational training system* [Liudskyi kapital: formuvannia v systemi osvity i profesiinoi pidhotovky], Znannia, Kyiv, 254 s. [in Ukrainian]
5. *List of countries by HDI* [Spisok krain za ILR], Wikipediia – free entsyklopediia, available at: https://uk.wikipedia.org/wiki/Список_країн_за_ІЛР [in Ukrainian]
6. *Labor productivity and capital productivity* : statistical bulletin (2018) [Produktyvnist pratsi ta produktyvnist kapitalu: stat. biuleten], Ministerstvo ekonomichnoho rozvytku i torhivli Ukrainy, Kyiv, 12 s. [in Ukrainian]
7. *Investing in human capital in a system of factors of decent work providing:* monograph (2015). Ed. by O. A. Grishnova [Investuvannia v liudskyi kapital u systemi chynnykiv zabezpechennia hidnoi pratsi: monohrafiia; za red. O. A. Grishnovoi], KNEU, Kyiv, 222 s. [in Ukrainian]
8. Gavkalova, N. L. (2005). *Problems of identification of social capital* [Problemy identyfikatsii sotsialnoho kapitalu], Formuvannia rynkovoi ekonomiky, No. 6, s. 117–122 [in Russian]
9. *New trends in personnel management*, EY company overview [Novye trendy v oblasti upravleniya personalom], Obzor kompanii EY, available at: https://hrliga.com/index.php?module=news&op=view&id=19197 [in Russian]
10. *Labor market of Ukraine in figures.* Overview of key trends from EY [Rynok truda Ukrainy v tsifrakh], Obzor klyuchevykh tendentsiy ot EY, available at: https://prohr.rabota.ua/osnovnyie-tendentsii-na-ryinke-truda-ukrainyi [in Russian]
11. *The work of Ukraine in 2017:* statistical collection (2018) [Pratsia Ukrainy u 2017 rotsi: statystychnyi zbirnyk], Avgust Treid, Kyiv, available at: http://www.ukrstat.gov.ua [in Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 16.09.2018. Прийнята до друку 30.09.2018.

УДК 338.48

Ігор Васильович ЛЕБЕДЄВ
доктор економічних наук, доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, Одеський національний економічний університет, Україна,
e-mail: lebedyev.ihor@gmail.com, ORCID ID: http://orcid.org/0000-0002-0405-639X

СТАЛИЙ РОЗВИТОК ТУРИЗМУ: ДОСВІД ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ І ЗАВДАННЯ ДЛЯ УКРАЇНИ

Лебедєв, І. В. Сталий розвиток туризму : досвід Європейського Союзу і завдання для України // 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. № 3 (67). С. 162–173.

Анотація. *У статті розглянуто теоретико-методологічні засади та практичні аспекти концепції сталого розвитку туризму. Уточнено наукове визначення цього поняття, його суттєвий зміст як тріади взаємопов'язаних складових: соціальної, економічної та природної. Узагальнено досвід реалізації концепції сталого розвитку туризму в Європейському Союзі, що представляє значний науковий і практичний інтерес, з огляду на лідируючу позицію ЄС у світовому туристичному бізнесі. На основі соціо-економічної парадигми з використанням комплексного методологічного підходу проаналізовано процеси формування, розвитку та імплементації туристичної політики ЄС. Розкрито її особливості, що зумовлені моделлю управління, властивій соціально-орієнтованій ринковій економіці та співробітництву державних і недержавних інститутів. Висвітлено принципи, основні напрямки і механізм реалізації туристичної політики ЄС, адміністративно-правові, економічні та соціальні методи державного і міжнародного регулювання. Узагальнено досвід спільної діяльності адміністративних органів, підприємницьких та громадських організацій, а також спеціалізованих фондів ЄС щодо впровадження сталого розвитку конкурентоспроможного, доступного, соціально відповідального туризму. Особливу увагу приділено розгляду «Європейської системи індикаторів туризму» для моніторингу та оцінки соціальних і економічних результатів туризму. Обґрунтовано науково-практичні рекомендації щодо використання позитивного досвіду ЄС для розробки та впровадження в Україні стратегії сталого конкурентоспроможного доступного туризму на принципах соціальної відповідальності і соціального партнерства. Надано пропозиції щодо перспективних напрямків подальших наукових досліджень за даною проблематикою.*

Ключові слова: *сталий, конкурентоспроможний, доступний, соціально відповідальний туризм; туристична політика; адміністративно-правові, економічні та соціальні методи державного і міжнародного регулювання туризму; інструменти і методи моніторингу і оцінки туризму.*

Игорь Васильевич ЛЕБЕДЕВ
доктор экономических наук, доцент кафедры туристического и гостинично-ресторанного бизнеса, Одесский национальный экономический университет, Украина,
e-mail: lebedyev.ihor@gmail.com, ORCID ID: http://orcid.org/0000-0002-0405-639X

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА: ОПЫТ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА И ЗАДАНИЯ ДЛЯ УКРАИНЫ

Лебедев, И. В. Устойчивое развитие туризма : опыт Европейского Союза и задания для 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. № 3 (67). С. 162–173.

Аннотация. *В статье рассмотрены теоретико-методологические основы и практические аспекты концепции устойчивого развития туризма. Уточнено научное определение этого понятия, его сущностное содержание как триады взаимосвязанных составляющих: социальной, экономической и природной. Обобщен опыт реализации концепции устойчивого развития туризма в Европейском Союзе, что представляет значительный научный и практический интерес, учитывая лидирующее положение ЕС в мировом туристическом бизнесе. На основе социо-экономической парадигмы с использованием комплексного методологического подхода проанализированы процессы формирования, развития и имплементации туристической политики ЕС. Раскрыты ее особенности, обусловленные моделью управления, присущей социально-ориентированной рыночной экономике и сотрудничеству государственных и негосударственных институтов. Освещены принципы, основные направления и механизм реализации туристической политики ЕС, административно-правовые, экономические и социальные методы государственного и международного регулирования. Обобщен опыт совместной деятельности административных органов, предпринимательских и общественных*

 © ЛЕБЕДЄВ І.В., 2018

организаций, а также специализированных фондов ЕС по внедрению устойчивого развития конкурентоспособного, доступного, социально ответственного туризма. Особое внимание уделено рассмотрению «Европейской системы индикаторов туризма» для мониторинга и оценки социальных и экономических результатов туризма. Обоснованы научно-практические рекомендации по использованию положительного опыта ЕС для разработки и внедрения в Украине стратегии устойчивого конкурентоспособного доступного туризма на принципах социальной ответственности и социального партнерства. Даны предложения о дальнейших научных исследованиях по данной проблематике.

Ключевые слова: *устойчивый, конкурентоспособный, доступный, социально ответственный туризм; туристическая политика; административно-правовые, экономические и социальные методы государственного и международного регулирования туризма; инструменты и методы мониторинга и оценки туризма.*

Ihor LEBEDIEV

Doctor of Economics, Associate Professor, Department of Tourism, Hotel and Restaurant Business, Odessa National Economic University, Ukraine, e-mail: lebedyev.ihor@gmail.com, ORCID ID: http://orcid.org/0000-0002-0405-639X

SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF TOURISM: EUROPEAN UNION EXPERIENCE AND TASKS FOR UKRAINE

Lebediev, I. (2018). Sustainable development of tourism: European Union experience and tasks for Ukraine. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Stalyi rozvytok turyzmu: dosvid Yevropeiskoho Soiuzu i zavdannia dlia Ukrainy; za red.: M. I. Zvieriakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; Vìsnik socìal'no-ekonomìčnih doslìdžen' (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 3 (67), pp. 162–173.

Abstract. *The theoretical and methodological basis and practical aspects of the concept of sustainable development of tourism are considered in the article. The scientific definition of this concept is clarified; its essential content is disclosed as a triad of interrelated components – social, economic and natural. The implementing experience of tourism sustainable development concept in the European Union is summarized, which is considerable scientific and practical interest, given the leading position of the EU in the global tourism business. On the basis of socio-economic paradigm with using an integrated methodological approach, the formation, development and implementation processes of the EU tourism policy are analyzed. Its peculiar properties, due to the management model inherent in a socially-oriented market economy and cooperation of state and non-state institutions are revealed. The principles, main directions and EU tourism policy implementing mechanism, administrative, legal, economic and social methods of state and international regulation are covered. The experience of joint activities of administrative bodies, business and public organizations, and also EU specialized funds to implement the sustainable development of competitive, affordable, socially responsible tourism was summarized. Particular attention was paid to the consideration of the «European system of tourism indicators» for monitoring and evaluating social and economic results of tourism. Scientific and practical recommendations of EU positive experience using for development and implementation of a sustainable competitive tourism strategy based on the social responsibility and social partnership principles in Ukraine are substantiated. Suggestions regarding further research on this problem are formulated.*

Keywords: *sustainable, competitive, accessible, socially responsible tourism; tourism policy; administrative, legal, economic and social methods of state and international regulation of tourism; tools and methods of tourism monitoring and evaluation.*

JEL classification: *Z380*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Досвід впровадження сталого туризму в Європейському Союзі (ЄС) представляє значний інтерес, обумовлений тим, що ЄС є найбільшим сегментом світового ринку туристичних послуг, його туристична індустрія стала одним із ключових секторів економіки. Позитивний досвід ЄС щодо впровадження сталого туризму є вельми важливим для України, може і повинен активно використовуватися в українській практиці, враховуючи її реалії та євроінтеграційні прагнення.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Питання формування, розвитку і впровадження концепції сталого туризму розглянуті у низці офіційних документів керівних органів ЄС, працях вітчизняних та зарубіжних авторів. У докторській дисертації і монографії Т. І. Ткаченко [2] висвітлено загальні теоретичні та прикладні проблеми сталого розвитку туризму. Рекреація і оздоровлення як компоненти вимірювання якості життя розглядалися у

колективній науковій праці Інституту демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи НАН України [3]. Теоретико-методологічні основи дослідження туристичної політики Європейського Союзу досліджені у статті Н. І. Гончаренко та Я. Я. Скляренко [4]. Підходи до аналізу ефективності туристичної діяльності на регіональному рівні розглянуті в працях Н. Н. Даниленко і Н. В. Рубцової [5; 6].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Наявні наукові публікації найчастіше розглядають проблеми економічного зростання індустрії туризму, а питання його сталого розвитку як інтеграції економічної, соціальної та природоохоронної складових висвітлені поки ще недостатньо. У зв'язку з цим розвиток теоретико-методологічних засад формування комплексної системи управління сталим розвитком туризму виступає як актуальна наукова проблема, що має важливе соціально-економічне значення, відрізняється новизною і практичною значущістю.

Постановка завдання. Метою статті є узагальнення досвіду ЄС з впровадженням сталого туризму, аналіз Європейської системи індикаторів туризму, формування науково-методичного підходу до розробки концепції впровадження сталого туризму в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Європейське співтовариство з початку свого існування приділяє значну увагу розвитку туризму. В Угоді про функціонування Європейських співтовариств (Рим, 25.03.1957 р.) зазначено, що Співтовариство буде виконувати дії з підтримки, координації або доповнення дій держав-членів у сфері туризму (ст. 6), просувати формування сприятливого середовища для розвитку підприємств цього сектору, співпраці держав-членів шляхом обміну передовим досвідом (ст. 195) [7].

Факторами, що визначають характерні особливості туристичної політики ЄС, є політична стабільність, верховенство права, розвинене громадянське суспільство, ефективна соціально-орієнтована економіка, високий рівень життя населення, турбота про охорону культурної спадщини і навколишнього середовища. ЄС проводить активну політику щодо регулювання туризму шляхом розробки рекомендацій, які не мають прямої юридичної сили і не втручаються в національну туристичну політику країн-учасниць, надаючи їм повну свободу дій в процесі створення і просування своїх національних туристичних продуктів.

Імпульсом для гармонізації законодавства з регулювання туризму в країнах ЄС послужила прийнята у 1990 р. Директива Ради Європейських Співтовариств № 90/314/ЄС «Про комплексний туризм, комплексний відпочинок і комплексні тури», на основі якої були розроблені обов'язкові вимоги до туристичних продуктів, змісту інформації, що має надаватися туристам, визначені поняття «пакетний тур», «організатор», «продавець» та ін. Були встановлені загальні вимоги до фінансового забезпечення туристських організацій, що стали основою для створення ефективно діючої системи фінансового захисту прав і законних інтересів туристів. У подальшому політика ЄС з розвитку туризму зазнала чимало доповнень і пояснень у низці нормативних актів, найважливішими з яких є: Шенгенські угоди Європейського союзу про скасування паспортного та митного контролю; Комюніке Європейської комісії «Порядок денний з питань сталого та конкурентоспроможного європейського туризму» [8] та інші документи. У документах, що публікувалися керівними органами ЄС, неодноразово вказувалося, що мета політики в сфері туризму – підтримувати Європу як найпопулярніший туристичний регіон світу, сприяючи конкурентоспроможності, диверсифікації та якості послуг, інноваціям та сталому розвитку, особливо стосовно малих та середніх підприємств, підсилювати взаємозв'язок туризму з іншими пріоритетними сферами соціального, економічного і культурного розвитку. Стратегія розвитку туристичної індустрії ЄС спрямована на отримання як економічних, так і соціальних результатів: підвищення рівня та якості життя населення, захист природного середовища, зменшення негативного впливу на нього, попередження його погіршення і деградації, збереження культурно-історичної спадщини – тобто на те, що входить в поняття сталого туризму.

Концепція сталого туризму є складовою загальної концепції сталого розвитку, що була проголошена ООН в документі «Порядок денний на XXI століття» (Agenda 21), прийнятому на Міжнародній конференції у Ріо-де-Жанейро в 1992 р. На конференції зі

сталого туризму в Лансароте у 1995 р. були введені поняття «сталий розвиток туризму» і «сталий туризм», які стали постійно з'являтися на політичному порядку денному ООН та Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО).

Необхідність формування і поширення концепції сталого розвитку туризму викликана тим, що, незважаючи на відомі позитивні ефекти туризму, є низка негативних наслідків: антропогенне навантаження на території; забруднення навколишнього середовища; погіршення естетики ландшафтів; проблеми утилізації відходів і побутового сміття; шкода історичним і природним пам'яткам; культурна деградація територій; надмірна комерціалізація; посилення складних соціально-економічних проблем, пов'язаних з наркоманією, алкоголізмом, проституцією; необхідність посилення заходів безпеки тощо. Деякі види туристського відпочинку, такі як полювання, риболовля, збирання рослин, завдають шкоди живій природі та призводять до зменшення чисельності або навіть до повного зникнення на певних територіях деяких видів фауни та флори. Зростання чисельності відвідувачів і населення в туристських регіонах, будівництво нових туристичних об'єктів потребує залучення додаткових природних ресурсів, що, у свою чергу, збільшує навантаження на навколишнє середовище.

У зв'язку з цим, перед міжнародною спільнотою взагалі, та Європейським Союзом зокрема, постало актуальне завдання щодо розроблення нових моделей розвитку туризму в інтересах усього суспільства. У 2003 році Європейською Комісією було створено Комісію з питань сталого туризму, до складу якої увійшли члени міжнародних організацій і урядів країн ЄС, представники регіональних та місцевих адміністрацій, індустрії туризму, профспілок, екологічних та інших громадських організацій, дослідних та освітніх установ. До основних функцій цієї Комісії було віднесено: розробка правил туристичної діяльності сторін, управління дестинаціями на місцях, визначення індикаторів сталості туризму і систем моніторингу.

Комісія Європейського Союзу з питань сталого туризму розробила Стратегію сталого та конкурентного європейського туризму, яка була затверджена Європейською Комісією [8]. У ній, в якості головної мети, проголошено підвищення конкурентоспроможності європейського туризму шляхом забезпечення сталості та доступності, визначено пріоритетні напрямки діяльності. У Комюніке Європейської Комісії «Європа – дестинація № 1 світового туризму» були конкретизовані завдання з реалізації Стратегії сталого та конкурентного європейського туризму, а саме:

– посилювати роль туризму у досягненні економічного процвітання, соціальної справедливості та єдності, захисті довкілля та культур;
– забезпечити збалансованість економічної, соціокультурної та екологічної складових сталого розвитку туризму, які можуть зміцнювати, посилювати одна одну і тим самим створювати ефект синергії за умови взаємодії усіх зацікавлених сторін;
– здійснювати спільне фінансування проектів з розвитку сталого та конкурентного європейського туризму;
– регулювати туристичні потоки згідно з рекомендаціями Всесвітньої туристичної організації у такій пропорції: один в'їзний турист на одного виїзного і на чотири внутрішніх туриста;
– підвищувати доступність туризму для різних груп населення без дискримінації за статтю, расою, релігією або якою-небудь іншою ознакою;
– підтримувати розробку транс'європейських і національних туристичних продуктів сталого туризму, розширяти їх асортимент;
– поліпшувати якість послуг, дотримуватися прав та інтересів туристів;
– стимулювати попит на туристичні послуги як всередині ЄС, так і ззовні шляхом диверсифікації видів і розширення сезону туризму, збільшенню туристичних потоків у низьких та середніх сезонах для старших та молодих цільових груп;
– забезпечити підвищення рівня життя місцевого населення шляхом отримання економічних вигод від туризму;

– мінімізувати забруднення і деградацію навколишнього середовища, раціонально використовувати обмежені ресурси;
– підтримувати і збільшувати культурне багатство і біорізноманіття шляхом здійснення внеску до їх пізнання і збереження;
– розробити Європейську систему індикаторів туризму (ETIS) як інструмент управління дестинаціями, який допоможе здійснювати моніторинг, вимірювання, оцінку стану туристичної галузі та сприяти підвищенню її стабільності і т. ін. [9].

У цьому ж документі визначено принципи сталого розвитку туризму:

1. Комплексність (системність) – цілісний інтегрований підхід з урахуванням усіх можливих наслідків впливу туризму.
2. Сталість – задоволення потреб нинішнього покоління без шкоди для можливості майбутніх поколінь задовольняти свої потреби.
3. Обґрунтованість, забезпеченість ресурсами, узгодженість планів розвитку з параметрами зовнішнього і внутрішнього середовища.
4. Залучення до участі в прийнятті рішень та їх реалізації усіх зацікавлених сторін: держави, місцевих громад, підприємців, громадських організацій.
5. Відкритість – надання інформації про плани й очікувані результати їх реалізації, поширення позитивного практичного досвіду.
6. Постійний моніторинг і регулювання туристичної діяльності з метою зниження антропогенного навантаження на території.
7. Управління ризиками – попередження і мінімізація шкоди суспільству та навколишньому середовищу, відшкодування збитків у випадках завданої шкоди.

Реалізація концепції сталого розвитку стала пріоритетним напрямом туристичної політики Європейського Союзу з кінця XX століття. Аналіз наведених вище документів ЄС дозволяє констатувати, що керівні органи Європейського співтовариства розглядають впровадження сталого розвитку туризму як цілеспрямований вплив на процеси формування і підтримки туристично-рекреаційного середовища в інтересах суспільства, регулювання обсягів і напрямів туристичних потоків, покращення туристичної інфраструктури, охорони рекреаційних ресурсів, організації відпочинку та оздоровлення населення, підготовки кваліфікованих кадрів для рекреаційно-туристичної діяльності.

Необхідність розробки політики впровадження сталого розвитку туризму обумовлена тим, що ринкове саморегулювання не здатне забезпечити баланс інтересів держави, місцевих громад, підприємців і працівників туристичної сфери, різних груп туристів стосовно економічної ефективності, соціальної результативності, збереження природи і культурної спадщини. Тому Стратегія розвитку сталого та конкурентного європейського туризму в ЄС передбачає розбудову механізму макроекономічного регулювання туристичної діяльності на засадах як встановлення загальних правил функціонування, так і певної свободи господарської діяльності за умов взаємодії зацікавлених сторін [10]. Щоб підвищувати якість європейського туризму та допомогти туристам порівнювати турпродукти, Європейська Комісія запропонувала впровадити єдину європейську етикетку якості туризму на основі загальних європейських критеріїв [1].

Механізм регулювання з впровадження сталого розвитку туризму (державного і міжнародного, адміністративно-правового, економічного і соціального), являє собою систематизований набір (систему) елементів – органів, засобів і способів – для виконання певних управлінських дій. Механізм регулювання туризму в ЄС ґрунтується на притаманній європейській соціально-орієнтованій ринковій економіці моделі управління, заснованій на співробітництві державних та недержавних інституцій.

Макроекономічне регулювання з впровадження сталого розвитку туризму в ЄС здійснюється перш за все за допомогою таких господарських важелів: гроші (цільові бюджетні асигнування, субсидії та дотації на розвиток туристичної інфраструктури, збереження навколишнього середовища, культурної та історичної спадщини); податкові пільги і преференції, кредити, підтримка соціального туризму, стимулювання туризму у

період «низького сезону» шляхом різного роду знижок, пільг тощо. Інвесторам надаються пільгові податкові режими і ставки амортизаційних відрахувань, зниження податку з обороту. У деяких країнах практикується звільнення від податку на прибуток в перші роки діяльності підприємств, а також зменшення податку на додану вартість. Надаються також митні пільги (аж до звільнення від сплати мит) при ввезенні обладнання для готелів і туристичних транспортних засобів. У деяких європейських країнах до 20% доходу від послуг, наданих іноземним туристам, звільняється від податку на прибуток.

Країни Європейського Союзу проводять політику, спрямовану на зрівняння ПДВ на туристичну і готельну діяльність, ставки якого коливаються від 6 до 25%. У Німеччині та Люксембурзі встановлений усереднений ПДВ в розмірі 15%, в Данії та Швеції найбільша ставка ПДВ – 25%. В Іспанії ПДВ на послуги з розміщення становить в середньому 7% і залежить від категорії готелю; на харчування (ресторанні послуги), оренду автомобілів ПДВ досягає 16%. У Греції ПДВ на розміщення і харчування складає 8%, і урядом розроблена система знижок турфірмам, які здійснюють прийом у несезонний період. У Франції ПДВ на туристичну діяльність в середньому становить 10%, у тому числі на послуги розміщення – 6%, на послуги харчування – 19%. В Австрії ПДВ на послуги розміщення та харчування встановлений на рівні 10%. Однак згідно з Федеральним законом про туристський податок усі туристичні підприємства платять місцевий збір за проживання одного туриста (на території громади – в її фонд, а на курортах – в курортний фонд). Сума збору залежить від сезону, при цьому пацієнти лікувальних закладів, а також діти до 6 років, школярі та студенти звільняються від сплати збору.

Урядами країн ЄС також стимулюється будівництво нових туристичних об’єктів шляхом продажу землі за низькими цінами і здачі її в оренду на тривалий термін (на Кіпрі до 99 років) з можливістю подальшого продовження оренди на такий же термін. У деяких європейських країнах туристичним організаціям надаються пільгові тарифи на комунальні послуги.

З метою реалізації Стратегії сталого та конкурентного європейського туризму було розроблено і прийнято до виконання низку програм спільного фінансування конкретних проектів в рамках COSME (Europe’s programme for the Competitiveness of Enterprises and Small and medium-sized enterprises – Європейська Програма підвищення конкурентоспроможності малих та середніх підприємств на період 2014–2020 рр.) з плановим бюджетом у розмірі 2,3 млрд. євро [11]. Серед цих програм варто відмітити такі:

1. Програма Європейського Союзу «Каліпсо», що спрямована на полегшення подорожей у святкові дні для певних цільових груп (наприклад, для людей похилого віку).
2. «Перехрестя Європи» – щорічний захід, присвячений культурному туризму, висвітленню місць та маршрутів в Європі, пов’язаних із зустрічами різних культур.
3. «Європейські напрямки досконалості» (EDEN) – сприяє розвитку традиційних і нових туристичних напрямків, це передбачає проведення національних змагань для вибору місця для заходів з обміну передовим досвідом відповідно до тієї чи іншої теми щороку.
4. «50 000 туристів» – програма співпраці країн Європейського Союзу і Південної Америки для сприяння подорожам у низькі сезони.

Фінансові інструменти реалізації Стратегії сталого та конкурентного європейського туризму представлені у вигляді єдиної системи спеціалізованих структурних фондів та Європейського інвестиційного банку, що є найбільшим джерелом інвестування в економічні та соціальні програми, у тому числі в індустрію туризму, в найменш розвинених європейських регіонах, до яких належить група країн Центральної та Східної Європи. За допомогою цих інституцій інвестиції спрямовуються на вирішення поставлених завдань у таких напрямках:

– зближення рівнів соціально-економічного розвитку країн-членів ЄС;
– реалізація попередньо визначених цільових програм і заходів у різних сферах (охорона навколишнього середовища, підготовка кадрів, дослідження ринків, підтримка об’єктів культурної спадщини) тощо.

До основних структурних фондів Європейського Союзу, що беруть участь у макроекономічному регулюванні розвитку туризму, необхідно віднести такі:

Європейський соціальний фонд (European Social Fund), створений у 1958 р., який фінансує проекти, спрямовані на боротьбу з безробіттям, підвищення кваліфікації та перепідготовку кадрів, вирішення інших соціальних проблем. Цей фонд забезпечує фінансову допомогу малим і середнім підприємствам, у т. ч. туристичним, що сприяє підвищенню економічної активності і рівня зайнятості населення [12; 13, с.39];

Фонд згуртування (The Cohesion Fund), створений у 2000 р., діяльність якого спрямована на фінансову допомогу країнам-членам ЄС, чий валовий національний дохід на одного мешканця становить менше 90% від середнього показника в ЄС, і має за мету скоротити економічні та соціальні розбіжності та сприяти сталому розвитку. У період 2014–2020 років діяльність Фонду згуртування стосується Болгарії, Хорватії, Кіпру, Чехії, Естонії, Греції, Угорщини, Латвії, Литви, Мальти, Польщі, Португалії, Румунії, Словаччини та Словенії. Фонд згуртування виділить в цілому 63,4 млрд. євро на діяльність за такими напрямками:

– транс'європейські транспортні мережі, зокрема пріоритетні проекти європейського значення, визначені ЄС. Фонд згуртування буде підтримувати інфраструктурні проекти у рамках програми «Підключення до Європи» (Connecting Europe);
– охорона навколишнього середовища: підтримка проектів, пов'язаних з енергетикою або транспортом, якщо вони поліпшують навколишнє середовище з точки зору енергоефективності, використання відновлюваної енергії, розвитку залізничного транспорту, підтримки інтермодальності, зміцнення громадського транспорту тощо [14].

Європейський фонд регіонального розвитку (The European Regional Development Fund – ERDF) був створений у 2000 р. Його діяльність спрямована на зміцнення економічної та соціальної єдності в Європейському Союзі шляхом виправлення дисбалансу між його регіонами. ERDF зосереджує свої інвестиції на кількох ключових пріоритетних напрямках: розвиток інфраструктури; підтримка малих та середніх підприємств; інновації та дослідження; інформаційні технології; захист навколишнього середовища, низько вуглецева економіка; запобігання ризикам. ERDF підтримує програми, спрямовані на регіональний розвиток, економічні зміни, підвищення конкурентоспроможності та територіальне співробітництво в усьому ЄС [15; 16, с.21];

Фонд солідарності Європейського Союзу (The European Union Solidarity Fund – EUSF) був створений для реагування на великі стихійні лиха та виражає європейську солідарність з регіонами, що потерпіли від стихійних лих у Європі. Фонд був створений як реакція на серйозні повені в Центральній Європі влітку 2002 року. Допомога Фонду була використана у 80 катастрофічних випадках, таких як: повені, лісові пожежі, землетруси, бурі та посухи у 24 європейських країнах на суму понад 5 мільярдів євро [17].

Екологічна складова також знайшла належне відображення в Стратегії сталого та конкурентного європейського туризму і реалізується за допомогою директив керівних органів і добровільних ініціатив, зокрема: директива Європейської комісії з охорони вод; директива про якість води; директива щодо збереження природних середовищ існування фауни і флори тваринного і рослинного світу; директива про Стратегічну екологічну експертизу тощо. У доповнення до цих директив Європейської комісії та національному законодавству держави-члени ЄС підписали низку міжнародних угод природоохоронної спрямованості: Кіотський протокол, Угоду про збереження біологічного різноманіття та ін.

Оцінка результативності впровадження сталого туризму має важливе значення з теоретичної і практичної точок зору. Результативність є комплексною категорію, яка виражає міру реалізації цілей соціальної та економічної діяльності та характеризується такими показниками:

– дієвість – ступінь досягнення поставлених цілей і завдань;
– ефективність – співвідношення результатів і витрат;
– економічність – ступінь використання необхідних ресурсів;

– якість – сукупність властивостей або характеристик продукції або послуг, які надають їм здатність задовольняти певні потреби;
– продуктивність – кількість продукції, виробленої за одиницю часу. Продуктивність відображає комплексну результативність використання ресурсів (праці, капіталу, технологій, інформації).

Всесвітня туристична організація, інші міжнародні та національні туристичні інституції приділяють значну увагу питанням оцінки результативності впровадження сталого туризму, що є необхідним для:
– визначення напрямів подальшого розвитку туризму;
– вдосконалення механізмів управління туристичною діяльністю;
– розробки бізнес-планів і програм розвитку туризму на певних територіях;
– ухвалення оптимальних рішень та зниження ризиків;
– запобігання негативним наслідкам туристичної діяльності;
– підвищення відповідальності за розвиток туризму та залучення до цього громадськості;
– вдосконалення моніторингу стану туристичних територій [18].

Для оцінки результативності впровадження сталого туризму потрібна відповідна система індикаторів, які здатні не тільки характеризувати ситуацію, що склалася, але й попереджати про зміни (кількісні і якісні, сприятливі і несприятливі), а також стануть підставою для планування. Індикатори можуть відігравати роль сигналів, що дають змогу реагувати на зміну ситуації, критеріїв оцінки ризиків.

Перші методики з використання індикаторів сталого розвитку туристичної дестинації були розроблені під егідою Всесвітньої туристичної організації у 1996 р. і пройшли апробацію в Канаді, США, Мексиці, Нідерландах, Аргентині та інших країнах. Європейська комісія затвердила Європейську систему показників туризму – ЕСПТ (The European Tourism Indicator System – ETIS) як інструмент управління, моніторингу та оцінки на рівні туристичної дестинації [19].

ЕСПТ має 43 основних і 33 додаткових показники. 43 основні показники охоплюють основні аспекти моніторингу сталого розвитку туризму та забезпечують основу для ефективного управління дестинаціями, також дозволяють здійснювати порівняння за часом і простором. Система показників досить гнучка: можна використовувати не усі показники, а тільки ті, що найбільш відповідають ситуації.

Основні показники розподілені на чотири розділи.

Розділ А. Управління дестинацією (містить 3 показника):
– відсоток туристичних підприємств / установ в дестинації, які використовують добровільну сертифікацію / маркування для екологічного / якісного / сталого розвитку та / або корпоративної соціальної відповідальності;
– відсоток туристів та одноденних відвідувачів, які загалом задоволені своїм перебуванням у дестинації;
– відсоток відвідувачів, що повторно відвідували дестинацію протягом 5 років.

Розділ В. Економічне значення (містить 10 показників, у т. ч.):
– внесок туризму в економіку дестинації (% ВВП);
– кількість туристичних ночівель на місяць;
– частка зайнятих у туристичній сфері від загальної зайнятості населення (%);
– частка робочих місць у туристичній сфері, які є сезонними (%).

Розділ С. Соціальний та культурний вплив (містить 13 показників, у т. ч.):
– кількість туристів / відвідувачів на 100 жителів;
– кількість місць у комерційних засобах розміщення на 100 жителів;
– відсоток приміщень у комерційних засобах розміщення, доступних для людей з обмеженими можливостями;
– відсоток мешканців, які задоволені наслідками туризму для дестинації;
– частка подій, які відбуваються у дестинації і зосереджені на традиційній / місцевій культурі та спадщині (%);

Розділ D. Вплив на довкілля (містить 17 показників, у т. ч.):
- відсоток туристів та одноденних відвідувачів, які використовують різні види транспорту, щоб прибути до місця призначення;
- середня кількість викидів вуглекислого газу від туристів та одноденних відвідувачів, які подорожують із дому до пункту призначення;
- відсоток туристичних підприємств, залучених до програм пом'якшення наслідків зміни клімату – таких як компенсація CO2; системи, що використовують мало енергії та ін.;
- кількість мусора на туристську ніч порівняно з кількістю мусора на одну людину населення (кг);
- відсоток підприємств туризму, що розділяють різні види відходів;
- відсоток стічних вод з дестинації, що очищується, до середнього рівня перед скиданням;
- відсоток туристичних підприємств, які вживають заходів щодо зниження енергоспоживання;
- споживання енергії за одну туристську ночівлю порівняно із споживанням енергії на одну ночівлю резидента;
- відсоток місцевих туристичних підприємств, що активно підтримують захист, збереження та управління місцевим біорізноманіттям та ландшафтами.

Додаткові показники дозволяють доповняти основну інформацію та адаптувати систему показників до конкретних потреб дестинацій будь-якої категорії – доступність туризму, морські, прибережні, гірські, міські, сільські, острівні та інші території. Поточний список може бути доповнений додатковими показниками у майбутньому.

Розділ «Доступність туризму» (містить 5 показників, у т. ч.):
- відсоток дестинацій, які мають оприлюднену туристичну стратегію / план дій із моніторингом, організацією контролю та оцінки;
- відсоток кожної категорії транспортних засобів у доступному пункті призначення, тобто громадському транспорті та автобусах приватного прокату, мікроавтобусів, таксі та мікроавтобусів.

Розділ «Морський та прибережний туризм» (містить 8 показників, у т. ч.):
- кількість прибулих і вибулих пасажирів у порт за місяць;
- рівень забруднення морської води на 100 мл (фекальні коліформи, кампілобактер);
- відсоток пляжів, нагороджених Блакитним прапором;
- площа пісочних пляжів;
- відсоток пляжів, доступних для всіх.

Розділ «Транснаціональні культурні маршрути» (містить 20 показників, у т. ч.):
- чи є ваша дестинація частиною культурного маршруту, затвердженого Радою Європи?
- чи відбуваються події, пов'язані з культурним туристичним маршрутом у вашої дестинації?
- відсоток туристичних пропозицій у вашої дестинації, які підкреслюють тему культурного маршруту?
- які переваги має громада від включення дестинації у культурний маршрут?
- чи бере участь місцева спільнота у акціях, організованих в рамках культурного маршруту?
- який вплив культурного маршруту на туристичні пропозиції у дестинації? [19, с.21–24]

Європейська система показників туризму представляє певний інтерес для науки і практики, хоча, вважаємо, вона не є досконалою за такими ознаками:
- перевантажена показниками, багато з яких є малозначущими;
- деякі показники дублюють один одне;
- не визначено ступінь впливу (вага) показників;
- відсутня методика визначення узагальнюючих індексів по розділах та інтегрального індексу для здійснення порівнянь стану туристичної сфери у дестинаціях.

Висновки і перспективи подальших розробок. На підставі проведеного дослідження можна зробити наступні висновки:

1. В Європейському Союзі напрацьовано значний позитивний досвід впровадження сталого туризму. Сформований в ЄС механізм регулювання туризму ґрунтується на моделі управління, заснованій на співробітництві державних і недержавних інституцій, але

виходить за межи моделі «державно-приватного партнерства», оскільки передбачає широку участь заінтересованих громадських організацій – профспілкових, культурних, екологічних, спортивних тощо. Таким чином, ця модель регулювання впритул підійшла до моделі соціального партнерства, хоча це визначення в наведених офіційних документах ЄС не використовується.

2. Досвід ЄС щодо впровадження сталого туризму є джерелом передових підходів і практик, може і повинен ефективно використовуватися в українській практиці з урахуванням її реалій. Впроваджувана Європейська система показників туризму представляє певний інтерес, але є далекою від досконалості та не може бути впроваджена в Україні без ретельного доопрацювання.

3. Враховуючи, що загальновизнане визначення поняття «сталий розвиток туризму» поки відсутнє, пропонуємо таке формулювання: «сталий розвиток туризму – це орієнтований на довгостроковий період такий розвиток туризму, при якому на основі раціонального використання ресурсів відбуваються прогресивні зміни, що спрямовані не тільки на кількісне зростання, але й на якісний розвиток з урахуванням інтересів сьогоднішніх і майбутніх поколінь».

4. Сталий розвиток туризму має три складові та цілі, змістовне наповнення яких полягає у наступному:

– соціальна складова: досягнення суспільно значимої результативності туристичної діяльності: задоволення потреб у рекреації і оздоровленні, забезпечення доступності туризму і рекреації для широких верств населення, надання робочих місць і гідних умов праці, покращення якості життя, розвиток людського потенціалу;
– економічна складова: забезпечення ефективності господарської діяльності у сфері туризму на основі інноваційного розвитку і раціонального використання ресурсів (природних, матеріальних, людських, фінансових, інформаційних);
– природоохоронна (екологічна) складова: збереження природи шляхом раціонального використання природних ресурсів, запобігання забрудненню навколишнього середовища, підтримка здатності екосистем до саморегулювання і самовідновлення.

Впровадження концепції сталого туризму дає можливість досягти балансу в реалізації соціальних, економічних і природоохоронних цілей в інтересах суспільства, туристів, підприємців, місцевого населення.

5. В умовах відсутності в Україні центрального органу з управління туризмом, вважаємо за доцільне активізувати як на загальнодержавному, так і регіональному рівнях зусилля заінтересованих організацій – підприємницьких, наукових, профспілкових, природозахисних, культурно-просвітницьких тощо – в напрямку створення Координаційної Ради з розвитку туризму з метою розробки і впровадження стратегії конкурентоспроможного сталого доступного туризму, головним завданням якої має стати збалансування пропорції туристичних потоків згідно з рекомендацією Всесвітньої туристичної організації: один в’їзний турист на одного виїзного і на чотири внутрішніх туриста. Вважати за пріоритетний напрямок розвиток соціального і самодіяльного туризму.

6. Механізм реалізації концепції сталого розвитку туризму має будуватися на основі соціального партнерства органів державної влади, об’єднань підприємців та інститутів громадянського суспільства на принципах солідарної соціальної відповідальності, при цьому можуть використовуватися різні моделі управління і державного регулювання.

7. Підтримати пропозицію Федерації профспілок України про включення до Генеральної Угоди про регулювання основних принципів і норм реалізації соціально-економічної політики і трудових відносин в Україні положення про передбачення у фінансових планах підприємств і організацій коштів на забезпечення оздоровчих, туристичних і спортивних заходів не менше ніж 0,3% від фонду оплати праці.

8. Вважаємо за доцільне продовжити дослідження теоретико-методологічних і практичних аспектів концепції сталого соціально відповідального туризму, приділивши особливу увагу розробці системи моніторингу, вимірювання й оцінки.

Література

1. *The European Union explained* : *Enterprise* : *A new industrial revolution.* Luxembourg : Publications Office of the European Union, 2014. URL: https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/353e8d0a-3b15-4737-99bb-b5f98c211b89/language-en/format-PDF/source-74946622 (access date: 17.06.2018).
2. Ткаченко Т. І. *Сталий розвиток туризму* : *теорія, методологія, реалії бізнесу* : монографія. К. : Київський національний торговельно-економічний університет, 2009. 463 с.
3. *Вимірювання якості життя в Україні* : аналітична доповідь / За ред. Е. М. Лібанової та ін. К. : Інститут демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи НАН України, 2013. 50 с.
4. Гончаренко Н. І., Скляренко Я. Я. *Теоретико-методологічні основи дослідження туристичної політики Європейського Союзу* // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». 2017. Вип. 6. С. 161–167.
5. Даниленко Н. Н., Рубцова Н. В. *Обоснование инновационных аспектов методологии оценки эффективности туризма* // Сервис в России и за рубежом : электрон. изд. 2012. № 6. С. 21–27. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/obosnovanie_innovatsionnyih_aspektov_metodologii_otsenki_effektivnosti_turizma.pdf (дата обращения: 05.07.2018).
6. Рубцова Н. В. *Методический подход к исследованию социально-экономической эффективности туристской деятельности на региональном уровне*. Сервис в России и за рубежом : электрон. изд. 2014. Т. 8. № 7. С. 54–58. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/metodicheskiy-podhod-k-issledovaniyu-sotsialno-ekonomicheskoy-effektivnosti-turistskoy-deyatelnosti-na-regionalnom-urovne.pdf (дата обращения: 11.07.2018).
7. *Consolidated version of the Treaty on the Functioning of the European Union*. Part 1. URL: https://europa.eu/european-union/sites/europaeu/files/eu_citizenship/consolidated-treaties_en.pdf (access date: 13.07.2018).
8. *Agenda for a sustainable and competitive European tourism* : *Communication from the Commission of the European Communities* (Brussels, 19.10.2007). URL: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52007DC0621 (access date: 03.08.2018).
9. *Europe, the world's No 1 tourist destination – a new political framework for tourism in Europe* : Communication from the Commission to the European parliament. URL: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52010DC0352 (access date: 14.08.2018).
10. *Overview of EU Tourism Policy*. URL: https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/policy-overview_en (access date: 17.08.2018).
11. *European Commission* : *Executive Agency for SMEs* : COSME. URL: https://ec.europa.eu/easme/en/cosme. (access date: 22.08.2018).
12. *European Social Fund*. URL: http://ec.europa.eu/esf/home.jsp (access date: 22.08.2018).
13. Гайдукевич Л. *Туристская политика в расширенном Европейском Союзе* // Журнал международного права и международных отношений. 2008. № 4. С. 37–43.
14. *The European Union* : *Cohesion Fund*. URL: http://ec.europa.eu/regional_policy/en/funding/cohesion-fund (access date: 29.08.2018).
15. *The European Union* : *European Regional Development Fund*. URL: http://ec.europa.eu/regional_policy/en/funding/erdf (access date: 05.09.2018).
16. *Opinion of the European Economic and Social Committee on Tourism Policy in the Enlargen EU* // Official Journal of European Union. 2016. Vol. 4. Pp. 21–24.
17. *The European Union* : *European Union Solidarity Fund*. URL: http://ec.europa.eu/regional_policy/index.cfm/en/funding/solidarity-fund (access date: 05.09.2018).
18. *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations* : a guidebook. Madrid : World Tourism Organization, 2004. 516 p.
19. *The European Union* : *The European Tourism Indicator System* : *ETIS toolkit for sustainable destination management.* Luxembourg : Publications Office of the European Union, 2016. P. 10. URL: http://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/indicators/index_en.htm (access date: 06.09.2018).

References

1. *The European Union explained: Enterprise: A new industrial revolution* (2014). Luxembourg: Publications Office of the European Union, available at: https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/353e8d0a-3b15-4737-99bb-b5f98c211b89/language-en/format-PDF/source-74946622.
2. Tkachenko, T. I. (2009). *Sustainable tourism development: theory, methodology, business realities*: monograph [Stalyi rozvytok turyzmu: teoriia, metodolohiia, realii biznesu: monohrafiia], Kyiv, 463 s. [in Ukrainian]

3. *Measuring the life quality in Ukraine:* analytical report (2013). Ed by E. M. Libanova and others [Vymiriuvannia yakosti zhyttia v Ukraini; za red. E. M. Libanovoi ta in.], Instytut demohrafii ta sotsialnikh doslidzhen im. M. V. Ptukhy, Natsionalnoi Akademii Nauk Ukrainy, Kyiv, 50 s. [in Ukrainian]
4. Goncharenko, N. I., Sklyarenko, Ya. Ya. (2017). *Theoretical and methodological foundations of the study of European Union tourism policy* [Teoretyko-metodolohichni osnovy doslidzhennia turystychnoi polityky Yevropeiskoho Soiuzu], Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu im. V. N. Karazina, No. 6, s. 161–167 [in Ukrainian]
5. Danilenko, N. N., Rubtsova N. V. (2012). *Justification of innovative aspects of tourism effectiveness assessing methodology* [Obosnovaniye innovatsionnykh aspektov metodologii otsenki effektivnosti turizma], Servis v Rossii i za rubezhom, No. 6, s. 21–27, available at: http://cyberleninka.ru/article/n/obosnovanie innovatsionnyih aspektov metodologii otsenki effektivnosti turizma.pdf [in Russian]
6. Rubtsova, N. V. (2014). *Methodical approach to the study of the socio-economic efficiency of tourist activities at the regional level* [Metodicheskiy podkhod k issledovaniyu sotsialno-ekonomicheskoy effektivnosti turistskoy deyatelnosti na regionalnom urovne], Servis v Rossii i za rubezhom, Vol. 8, No. 7, s. 54–58, available at: http://cyberleninka.ru/article/n/metodicheskiy-podhod-k-issledovaniyu-sotsialno-ekonomicheskoy-effektivnosti-turistskoy-deyatelnosti-na-regionalnom-urovne.pdf [in Russian]
7. *Consolidated version of the Treaty on the Functioning of the European Union*. Part 1, available at: https://europa.eu/european-union/sites/europaeu/files/eu_citizenship/consolidated-treaties_en.pdf.
8. *Agenda for a sustainable and competitive European tourism: Communication from the Commission of the European Communities* (Brussels, 19.10.2007), available at: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52007DC0621.
9. *Europe, the world's No 1 tourist destination – a new political framework for tourism in Europe*: Communication from the Commission to the european parliament, available at: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52010DC0352.
10. *Overview of EU Tourism Policy*, available at: https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/policy-overview_en.
11. *European Commission: Executive Agency for SMEs*: COSME, available at: https://ec.europa.eu/easme/en/cosme.
12. *European Social Fund*, available at: http://ec.europa.eu/esf/home.jsp.
13. Gaydukevich, L. (2008). *Tourist policy in the enlarged European Union* [Turistskaya politika v rasshirennom Evropeyskom Soyuze], Zhurnal mezhdunarodnogo prava i mezhdunarodnykh otnosheniy, No. 4, s. 37–43 [in Russian]
14. *The European Union: Cohesion Fund*, available at: http://ec.europa.eu/regional_policy/en/funding/cohesion-fund.
15. *The European Union: European Regional Development Fund*, available at: http://ec.europa.eu/regional_policy/en/funding/erdf.
16. *Opinion of the European Economic and Social Committee on Tourism Policy in the Enlargen EU* (2016), Official Journal of European Union, Vol. 4, pp. 21–24.
17. *The European Union: European Union Solidarity Fund*, available at: http://ec.europa.eu/regional_policy/index.cfm/en/funding/solidarity-fund.
18. *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations* (2004). World Tourism Organization, Madrid, 516 p.
19. *The European Union: The European Tourism Indicator System: ETIS toolkit for sustainable destination management (2016).* Luxembourg: Publications Office of the European Union, P. 10, available at: http://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/indicators/index_en.ht.

Стаття надійшла до редакції 17.09.2018. Прийнята до друку 01.10.2018.

УДК 005.95/.96

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

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК НАДІЙНОСТІ ПЕРСОНАЛУ ТА КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

Никифоренко, В. Г., Кравченко, В. О. Взаємозв'язок надійності персоналу та кадрової безпеки в системі управління організацією // 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. № 3 (67). С. 174–183.

Анотація. *У статті розглянуто підходи зарубіжних і вітчизняних вчених щодо визначення і місця надійності персоналу і кадрової безпеки в системі управління при досягненні цілей організації у висококонкурентному ринковому середовищі. Доведено значимість проблеми забезпечення надійності персоналу та кадрових ризиків в умовах відтоку з країни висококваліфікованих кадрів та соціально-економічної напруги у суспільних відносинах. Узагальнено точки зору фахівців різних галузей наук щодо тлумачення та змістовного наповнення понять надійності персоналу та кадрової безпеки. На основі виокремлення елементних складових запропоновано авторське тлумачення системоутворюючих взаємозв'язків управлінських підсистем щодо кадрової безпеки та надійності персоналу. Обґрунтовано розбудову структурних елементів указаних управлінських підсистем, а саме мети, функцій, завдань, суб'єктів і об'єктів управління. Визначено обставини, що створюють передумови для неналежного розуміння підвищеної уваги до забезпечення кадрової безпеки і надійності персоналу та необхідності співпраці, і, водночас, розмежування функцій суб'єктів управлінськи підсистем. Запропоновано заходи довготривалого характеру щодо реалізації сучасних підходів до широкого впровадження управлінських підсистем щодо надійності персоналу та кадрової безпеки в практику українських організацій. Виокремлено напрямки дослідження, що вимагають об'єднання зусиль науковців та практиків різних галузей щодо визначення сучасних підходів до обгрунтування та визначення відповідних принципів і методів розбудови ефективних систем управління кадровою безпекою та надійністю персоналу, а, відтак, і переформатування служб, що мають забезпечити ефективне фукціонування системи управління організаціями задля підвищення їх конкурентоспроможності.*

Ключові слова: *системоутворюючі взаємозв'язки; надійність персоналу; кадрова безпека; управління персоналом; структурні елементи управлінських підсистем .*

Валерий Григорьевич НИКИФОРЕНКО
доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой управления персоналом и экономики труда, Одесский национальный экономический университет, Украина, 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 деяльности, Одесский национальный экономический университет, Украина, e-mail: kravchenkovera8@gmail.com, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-0352-0306

ВЗАИМОСВЯЗЬ НАДЕЖНОСТИ ПЕРСОНАЛА И КАДРОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Никифоренко, В. Г., Кравченко, В. А. Взаимосвязь надежности персонала и кадровой безопасности в системе управления организацией // 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. № 3 (67). С. 174–183.

© НИКИФОРЕНКО В.Г., КРАВЧЕНКО В.О., 2018

Аннотация. *В статье рассмотрены подходы зарубежных и отечественных ученых относительно определения места и роли надежности персонала и кадровой безопасности в системе управления при достижении целей организации в высококонкурентной рыночной среде. Доказана значимость проблемы обеспечения надежности персонала и кадровых рисков в условиях оттока из страны высококвалифицированных кадров и социально-экономической напряженности в обществе. Обобщены точки зрения специалистов разных областей наук относительно толкования и содержательного наполнения понятий надежности персонала и кадровой безопасности. На основе выделения структурных элементов предложено авторское толкование системообразующих взаимосвязей управленческих подсистем кадровой безопасности и надежности персонала. Обосновано выделение структурных элементов указанных управленческих подсистем, а именно цели, функций, задач, субъектов и объектов управления. Определены обстоятельства, которые создают предпосылки для ненадлежащего понимания повышенного внимания к обеспечению кадровой безопасности и надежности персонала и необходимости сотрудничества, и, в то же время, размежевания функций субъектов управленческих подсистем. Предложены меры длительного характера относительно реализации современных подходов к широкому внедрению управленческих подсистем надежности персонала и кадровой безопасности в практике украинских организаций. Выделены направления исследования, которые требуют объединения усилий научных работников и практиков разных областей относительно определения современных подходов к обоснованию и определению соответствующих принципов и методов развития эффективных систем управления кадровой безопасностью и надежностью персонала, а, затем, и переформатирования служб, которые должны обеспечить эффективное функционирование системы управления организациями для повышения их конкурентоспособности.*

Ключевые слова: *системообразующие взаимосвязи; надежность персонала; кадровая безопасность; управление персоналом; структурные элементы управленческих подсистем.*

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

INTERCONNECTION OF PERSONNEL RELIABILITY AND PERSONNEL SECURITY IN THE ORGANIZATION MANAGEMENT SYSTEM

Nikiforenko, V., Kravchenko, V. (2018). Interconnection of personnel reliability and personnel security in the organization management system. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Vzaiemozviazok nadiinosti personalu ta kadrovoi bezpeky v systemi upravlinnia orhanizatsiieiu; za red.: M. I. Zvieriakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; Vìsnik socìal'no-ekonomìčnih doslìdžen' (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 3 (67), pp. 174–183.

Abstract. *The article considers the foreign and domestic scientists approaches regarding the place and role definition of personnel reliability and personnel security in the management system in organization goals achieving a highly competitive market environment. The problem significance of ensuring the personnel reliability and personnel risks in the conditions of outflow from the country of highly qualified personnel and socio-economic tensions in society is proved. The points of view the specialists in the science various fields regarding the interpretation and meaningful content of the concepts of personnel reliability and personnel security are summarized. On the basis of an elemental components selection, the author's interpretation of the system-forming interconnections of managerial subsystems of personnel security and personnel reliability is proposed. The structural elements selection of the specified management subsystems, namely the goals, functions, tasks, subjects and objects of management is substantiated. The circumstances, which create the preconditions for inadequate understanding of increased attention of personnel security ensuring, personnel reliability and the need for cooperation, and, at the same time, the management subsystems subject's functions delimitation, are determined. The long-term measures regarding the modern approaches implementation to the widespread introduction of personnel reliability and personnel security managerial subsystems in the Ukrainian organizations practice are proposed. The research directions, which require the joint efforts of scientists and practitioners in various fields regarding the definition of modern approaches to the rationale and identification of relevant principles and methods for effective personnel security and reliability management systems developing, and then services reformatting, which should be ensure the management of organizations system effective functioning to improve of their competitiveness, are highlighted.*

Keywords: *system-forming interconnections; staff reliability; personnel security; HR; structural elements of management subsystems.*

JEL classification: *M120; M540*

Постановка проблеми у загальному вигляді. В сучасних умовах стрімких змін та невизначеності зовнішнього середовища дедалі більшого значення набуває ефективність управлінських систем щодо спроможності створення оптимальних умов функціонування організації як у використанні матеріально-технічних, фінансових і людських ресурсів, так і запобіганні негативного впливу ризиків і загроз у сфері економічної безпеки. На жаль, трансформаційні процеси в економіці України носять здебільшого еволюційний, а не революційний характер, що має своїм наслідком неупорядкованість системних змін на макро-, мезо- і мікрорівнях суспільного виробництва. Сучасне підприємництво змушено функціонувати в умовах, коли здебільшого воно не тільки не може передбачити ті чи інші варіанти розвитку, але й має йти навздогін практиці. Водночас, досвід розвинених країн переконливо доводить, що тільки системне стратегічне управління дозволяє передбачити ризики та загрози і своєчасно запобігти їх негативному впливу на ефективне функціонування організації. Аналіз вітчизняних джерел наукових досліджень і практичного досвіду свідчить про те, що проблемі ефективної взаємодії різних організаційних структур як важливої складової реалізації системи забезпечення економічної безпеки у використанні всіх виробничих ресурсів організацій в Україні не надається достатньої уваги. При цьому особливої, визначальної уваги щодо людських ресурсів організації з боку їх надійності та безпеки як у наукових дослідженнях, так і на практиці не надається.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Вивчення наукових публікацій та управлінської практики дозволяє зробити декілька наступних узагальнюючих висновків щодо досліджень проблем надійності персоналу і кадрової безпеки. З одного боку, існує достатньо велика кількість думок, щодо визначення понять кадрової безпеки і надійності персоналу. Зокрема, такими дослідниками як О. Ареф'єва, С. Васильчак, М. Гайфуллина, К. Дорофеєв, А. Кібанов, А. Красномовець, А. Митрофанова, Г. Назарова, Н. Подлужна, Г. Чумарін, І. Швець та іншими було доведено, що у загальній системі управління організацією кадрова безпека має безпосередній і тісний зв'язок з підсистемою управління персоналом, тому вона є однією з найбільш важливих і актуальних проблем в системі управління економічною безпекою підприємства у цілому. З іншого боку, роботи зарубіжних і вітчизняних вчених В. Небиліцина, А. Губинського, Б. Ломова, Ж. Кристенсена, Д. Мейстера, Дж. Расмуссена, В. Медведєва, В. Рибалки, І. Сочинської-Сибірцевої, С. Лєбєдєвої, Ю. Щербини досить ґрунтовно доводять, що саме професійна надійність персоналу дозволяє перш за все забезпечити реальну економічну безпеку організації.

Водночас, як досить ґрунтовно зауважує О. Бондаренко, «… більшість наукових досліджень спрямовані на вивчення надійності персоналу, який забезпечує функціонування технічних систем, специфіку роботи в органах внутрішніх справ, служби безпеки, у сфері надзвичайного та військового стану тощо» [1, с.49]. При цьому головна увага в дослідженнях зверталася на вивчення психологічних аспектів надійності персоналу та професійної надійності та методів її підвищення в контексті економічної безпеки організації. Отже, можна констатувати, що багато аспектів вирішення проблеми надійності персоналу і кадрової безпеки ще потребують розвитку наукових поглядів та відповідних досліджень.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Саме в цій площині виникає, здавалося би, очевидне запитання щодо того, які управлінські структури мають займатися проблемами кадрової безпеки та надійності персоналу в організації. Водночас, сучасна українська практика наочно свідчить про те, що на переважній більшості підприємств не спостерігається чіткого усвідомлення того, хто конкретно і саме які функції має виконувати задля забезпечення кадрової безпеки і надійності персоналу.

Вважаємо, що така ситуація у цій сфері залежить переважно від ґрунтовності наукових досліджень щодо визначення взаємозв'язку термінів «надійність персоналу» та

«кадрова безпека» з розбудовою структурних елементів управлінської системи відповідно до сучасних реалій в економіці України.

Постановка завдання. Вищезазначена обставина викликає нагальну необхідність визначення системоутворюючих взаємозв'язків менеджменту кадрової безпеки та управління персоналом як важливих складових в системі стратегічного управління організацією. Отже, метою статті є дослідження підходів до трактування понять «надійність персоналу» і «безпека персоналу» з подальшим виокремленням цілей, завдань, функцій, об'єктів і суб'єктів управління. Для досягнення визначеної мети були відокремлені відповідні завдання, а саме: вивчення та узагальнення думок учених різних галузей наук щодо сутності кадрової безпеки та надійності персоналу; визначення власного авторського бачення ролі і взаємозв'язків кадрової безпеки та надійності персоналу як компонентів системи управління організацією; 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 та системного підходу.

Ураховуючи, що головною метою статті є визначення структурних елементів управлінської системи задля забезпечення системної взаємодії підсистем управління персоналом і економічної безпеки підприємства, доцільно розпочати дослідження з визначення сутнісних характеристик кадрової безпеки і надійності персоналу. Аналіз думок учених щодо змістовного наповнення указаних термінів дозволяє виокремити їх найбільш суттєві характеристики, що, у свою чергу, надає можливість розбудови елементів системного взаємозв'язку менеджменту кадрової безпеки та управління персоналом.

Одним із співавторів даної роботи раніше було проведено морфологічний аналіз тлумачення терміну «кадрова безпека» [2, с.7–18]. Нижче надаються найбільш використовувані визначення даного терміну ученими, що займаються цією проблематикою (табл. 1).

Таблиця 1

Тлумачення терміну «кадрова безпека»

Автор	Визначення
О. Ареф'єва [3]	Робота з персоналом, що націлена на встановлення таких трудових і етичних відносин, які можна було б визначити як «беззбиткові». Вся ця діяльність не є окремим напрямком у функціоналі менеджера з персоналу, а лише органічно вписується в нього. І тут практично не залучаються будь-які додаткові ресурси, за умови, що в компанії присутні всі етапи організації та управління персоналом.
К. Дорофеєв [4]	Комплекс організаційних і технічних заходів, спрямованих на виявлення, відображення і ліквідацію наслідків різних загроз діяльності організації
А. Кібанов [5]	Генеральний напрям кадрової роботи, сукупність принципів, методів, форм організаційного механізму з обробки цілей і завдань, спрямованих на збереження, зміцнення й розвиток кадрового потенціалу, на створення відповідального й високопродуктивного згуртованого колективу, здатного вчасно реагувати на постійно мінливі вимоги ринку з урахуванням стратегії розвитку організації.
Г. Назарова [6]	Система взаємодії, носіями якої є люди, тому важко визначитись із значеннями та термінами етапів реформування системи, адже кадрова безпека це адаптивна система, що завжди перебуває в динамічному розвитку, пристосовуючись до виникаючих загроз і розвиваючись під їхнім впливом, по можливості попереджуючи їх.

Продовження табл. 1

Н. Подлужна [7]	Стан захищеності організації від ризиків і загроз що пов'язаний з персоналом і також як захищеність персоналу організації, що враховує такі складові як безпека здоров'я працівників, їх фізична безпека, соціально-мотивована безпека, безпека, що пов'язана з професійними напрямами та безпека, що спрямована на усунення конфліктів персоналу.
А. Митрофанова [8]	Ситуація, що відображає небезпеку небажаного розвитку подій, які прямо або побічно торкаються функціонування й розвитку організації, персоналу, суспільства в цілому й настання яких пов'язане з об'єктивно існуючою невизначеністю, обумовленою низкою причин: неефективністю системи управління персоналом; поведінкою, дією (бездіяльністю) персоналу; зовнішнім середовищем організації.
М. Гайфуллина [9]	Сукупність заходів, спрямованих на запобігання протиправних дій або сприяння їм з боку персоналу підприємства.
І. Чумарін [10]	Процес запобігання негативних впливів на економічну безпеку підприємства за рахунок ризиків і загроз, пов'язаних з персоналом, його інтелектуальним потенціалом і трудовими відносинами в цілому.
І. Швець [11]	Стан захищеності компанії від ризиків і загроз, пов'язаних із персоналом.

Аналіз даних табл. 1 дозволяє зробити наступні узагальнення:

1. Визначення кадрової безпеки здебільшого побудовано на процесному підході, який відображає необхідність урахування динамічності змін внутрішнього і зовнішнього середовищ організації.
2. Акцент у наведених визначеннях кадрової безпеки робиться на характеристиках стану (рівня) безпеки, або сукупності дієвих заходів щодо її забезпечення.
3. Очевидно, що визначальними завданнями управлінської системи щодо забезпечення кадрової безпеки мають бути а) забезпечення захищеності та здатності персоналу протистояти внутрішнім та зовнішнім впливам і загрозам; б) змістовний та структурний аналіз, діагностика та прогнозування впливу діяльності персоналу на внутрішні та зовнішні показники організації.

Таким чином, постає питання щодо ролі і місця указаних характеристик у системоутворюючих зв'язках з управління надійністю персоналу. Задля вирішення цього питання розглянемо сутнісні характеристики, що наведені у тлумаченнях надійності персоналу різними науковцями (табл. 2).

Аналіз наведених визначень дозволяє дійти до таких узагальнюючих висновків:

1. Різноманітність підходів до змістовного наповнення терміну «надійність персоналу» визначається сферою його використання, а, відтак, і його характеристиками: або це є елементом цілісної функціонуючої системи, або рукотворним об'єктом (технічними засобами) чи персоналом.

2. Дотримання визначальних параметрів надійності як технічних засобів, так і персоналу є головною умовою фукціонування будь-якої системи.

3. Надійне функціонування системи може бути забезпечено лише ефективними діями управлінців.

Таблиця 2

Трактування терміну «надійність персоналу» у різних джерелах
(складено авторами відповідно до [1])

Джерело	Визначення
Апполонський С. М. [12]	Надійність людини – це вірогідність того, що робота або завдання буде успішно виконана персоналом на будь-якому необхідному рівні роботи протягом потрібного проміжку часу.
Цільмак О. М. [13]	Надійність персоналу – це здатність зберігати високу працездатність, дисциплінованість, принциповість й морально-психологічну стійкість, відданість справі, працювати ефективно, лояльно ставитися до колег та керівництва.
Шипілов А. І., Шипілова О. А. [14]	Надійність персоналу є однією з важливих складових професійної придатності співробітників як державних, так і недержавних підприємств. Працівники, що володіють такою якістю, зберігають моральну стійкість і лояльність до підприємства, відчувають себе «прив'язаними» до нього, сама робота має для них високу моральну значущість, а її втрата оцінюється як серйозна життєва невдача.
Крук В. М. [15]	Надійність персоналу – це інтегральна характеристика його особистісних якостей і особливостей, які визначають стабільність встановленої (еталонної) нормативній поведінки у конкретній професійній діяльності та в її інтересах.
ДСТУ 2860-94. Надійність техніки. Терміни та визначення [16]	Надійність – це властивість об'єкта зберігати у часі в установлених межах значення всіх параметрів, які характеризують здатність виконувати потрібні функції в заданих режимах та умовах застосування, технічного обслуговування, зберігання і транспортування. Об'єктами можуть бути технічні засоби, технічний персонал, або їх поєднання. Отже поняття «надійність» стосується не тільки рукотворних об'єктів, але й виконавців – операторів, слюсарів-ремонтників, інженерно-технічного персоналу тощо.
Енциклопедії маркетингу [17]	У широкому розумінні надійність – це «можливість системи виконувати покладені на неї функції впродовж визначеного проміжку часу за певних умов експлуатації.
Ожегов С. І. [18]	Термін «надійний» як «той, що вселяє довіру, міцний, насилу піддається руйнації, псуванню, добре працює; постійний, що не припиняється, розрахований на довгий термін, не тимчасовий; стійкий, що тримається твердо, не вагаючись, не падаючи, який відновлюється після незначного відхилення.

Для формування чіткого уявлення щодо місця і ролі надійності персоналу та кадрової безпеки в системі управління організацією необхідно надати власне розуміння відмінності у цих термінах. Вважаємо, що найбільш чіткими можуть бути наступні визначення.

Кадрова безпека – це процес запобігання негативних впливів на економічну безпеку підприємства за рахунок ліквідації або зниження ризиків і погроз, пов'язаних з персоналом, його інтелектуальним потенціалом і трудовими відносинами в цілому.

Надійність персоналу – властивість співробітників організації зберігати й розбудовувати в часі у встановлених межах значення всіх параметрів їхнього трудового потенціалу, які характеризують здатність виконувати потрібні функції в заданих умовах і з максимальною ефективністю.

Необхідно зауважити, що кадрова безпека займає домінуюче положення стосовно інших елементів системи безпеки компанії, тому що вона «працює» з персоналом, кадрами, а вони у будь-якій складовій – первинні. Тому служба персоналу є первинним підрозділом у

роботі з персоналом. Отже, служба персоналу – більш важливий суб'єкт у кадровій безпеці, ніж служба безпеки.

Водночас, забезпечення кадрової безпеки є суміжним завданням служби безпеки і служби персоналу, а забезпечення надійності персоналу є головною метою діяльності саме служби управління персоналом.

Взаємозв'язок кадрової безпеки і надійності персоналу можна визначити за змістом рис. 1. Вважаємо, що визначити місце цих складових роботи з персоналом у загальній системі управління доцільно через виокремлення таких компонент як мета, завдання, функції, об'єкт і суб'єкт управління.

Головною метою кадрової безпеки визначено запобігання негативних впливів на економічну безпеку за рахунок ліквідації або зниження ризиків і загроз, пов'язаних з персоналом, тобто перш за все це робота, яка передбачає дії і заходи щодо запобігання і профілактики.

Водночас, головною метою у формуванні надійності персоналу є забезпечення параметрів людських ресурсів відповідно до стратегічних цілей та завдань організації, тобто це передбачає роботу, що пов'язана з необхідністю створення умов щодо ефективної підтримки параметрів надійності персоналу в поточний час та на перспективу.

Зрозуміло, що у такому випадку мають відрізнятися також завдання та функції даних управлінських підсистем. Зважаючи на це, виконання деяких завдань та функцій передбачає наявність достатньо специфічних знань і умінь у фахівців, що задіяні як суб'єкти управління. Наприклад, виконання такої функції як перевірка кандидатів при прийомі на роботу, визначення можливих ризиків і загроз для організації, з одного боку, потребує володіння компетенціями рекрутера (менеджера з персоналу), а, з іншого боку, необхідною умовою є наявність специфічних компетенцій у працівника служби безпеки. Таким чином, одразу постає питання щодо підходу до виконання цієї функції, а саме – як і хто має брати участь у її здійсненні. Відповідь на це залежить від багатьох чинників і умов функціонування організації. Очевидно, що значний вплив зумовлюють величина самої організації, складність і конфіденційність процесів, що відбуваються у внутрішньому середовищі тощо.

Зарубіжний досвід наочно свідчить про те, що функції забезпечення економічної безпеки підприємства у висококонкурентному середовищі надається велика увага і саме тому загальноприйнятою є обов'язкова наявність служби безпеки. Але при цьому ця служба має забезпечити не тільки кадрову, але й фінансову, силову, інформаційну, техніко-технологічну та правову безпеку організації. Тому і значимість цієї служби вимагає від власників бізнесу досить великих витрат, які виправдовуються результатами діяльності організації.

Водночас, в умовах українських реалій наявність в організаційних структурах управління служби безпеки з відповідними функціями скоріше можна вважати випадковістю. Вважаємо, що саме відсутність високої конкурентності в економіці України є чи не головною препоною у створенні і функціонуванні служб економічної безпеки.

Тому за умовчанням значну частку функцій і завдань забезпечення кадрової безпеки беруть на себе служби управління персоналом під гаслом збереження надійності персоналу. Отже, відсутність чіткого усвідомлення напрямів взаємозв'язку і водночас розгалуження понять кадрової безпеки і надійності персоналу слугує невизначеності цілей і методів у цій сфері. Для того, аби прискорити процеси забезпечення кадрової безпеки і надійності персоналу, на думку авторів, потрібно визначитися з системними діями у цій сфері.

Зрозуміло, що недостатньо чітке визначення дій щодо формування реальних конкурентних умов функціонування економіки – це нагальна і визначальна основа усіх інших перетворень у соціально-економічному середовищі нашого суспільства. Але це завдання потребує безлічі системних, а не разових заходів і перетворень. Водночас, внутрішнє середовище майже кожної організації потребує перегляду і оновлення підходів до формування дієздатних управлінських структур, що в умовах витоку висококваліфікованих кадрів за кордон мають забезпечити реальну, а не удавану надійність персоналу та кадрову безпеку. Ця обставина потребує від держави підготовки відповідних фахівців у сфері економічної безпеки та управління персоналом.

Служба безпеки

Кадрова безпека

Мета

Запобігання негативних впливів на економічну безпеку за рахунок ліквідації або зниження ризиків і погроз, пов'язаних з персоналом

Завдання

1. Забезпечення захищеності та здатності персоналу протистояти внутрішнім та зовнішнім впливам і загрозам.
2. Змістовний та структурний аналіз, діагностика та прогнозування впливу діяльності персоналу на внутрішні та зовнішні показники організації.

Функції

1. Перевірка кандидатів при прийомі на роботу, визначення можливих ризиків і загроз для організації.
2. Забезпечення безпеки у процесі виконання персоналом службових обов'язків.
3. Запобігання нанесення економічних збитків і витоку інформації, що складає комерційну таємницю, у випадку звільнення співробітника.

Служба управління персоналом

Надійність персоналу

Мета

Забезпечення параметрів людських ресурсів відповідно до стратегічних цілей та завдань організації

Завдання

1. Забезпечення організаційного розвитку.
2. Управління чисельністю персоналу.
3. Управління кваліфікацією персоналу.
4. Управління відносинами з працівниками.
5. Управління витратами на персонал та забезпечення їх ефективності.

Функції

1. Визначення потреби організації в персоналі та її забезпечення.
2. Використання персоналу.
3. Розвиток персоналу.
4. Мотивація результатів праці й поведінки персоналу.
5. Правове й інформаційне забезпечення управління персоналом.

Суб'єкти управління кадровою безпекою

Керівники всіх ланок управління
Служба безпеки
Менеджери з персоналу

Об'єкти управління

Увесь персонал організації

Суб'єкти управління персоналом

Керівники всіх ланок управління
Служба управління персоналом

Рис. 1. Структурні елементи управлінських підсистем кадрової безпеки та надійності персоналу (складено авторами)

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

1. Недостатня увага до забезпечення кадрової безпеки і надійності персоналу призводить до формування кризових явищ і економічної небезпеки у функціонуванні підприємницького середовища в Україні.

2. Відсутність достатньо чіткого усвідомлення взаємозв'язку кадрової безпеки і надійності персоналу значною мірою обумовлено деякою обмеженістю системних досліджень у цій сфері.

3. Узагальнення думок науковців різних галузей щодо змістовного наповнення термінів «надійність персоналу» і «кадрова безпека» дозволило на основі визначення власного бачення змісту указаних понять визначитися зі структурними елементами даних управлінських підсистем, а саме метою, завданнями, фукціями, суб'єктами та об'єктами управління.

4. Виокремлення суб'єктів управління у кожній з підсистем дозволяє стверджувати, що найбільш ефективними будуть дії, спрямовані на поглиблення специфічних компетенцій суб'єктів управління, що водночас не виключає реальної взаємодії служби безпеки і служби управління персоналом.

5. Потребує посиленої державної підтримки підготовка фахівців з економічної безпеки та управління персоналом.

Подальші дослідження у цьому напрямку вимагають об'єднання зусиль науковців різних галузей щодо визначення сучасних принципів і методів розбудови ефективних систем управління кадровою безпекою та надійністю персоналу. Водночас, очевидною стає нагальна необхідність об'єднання зусиль як науковців, так і підприємницького середовища щодо визначення і формування необхідних умов задля розбудови висококонкурентної економіки України. Вважаємо, що ефективність запропонованих зусиль окрім безпосередньої участі науковців і підприємців буде перш за все визначатися політичною волею представників усіх гілок влади до реальних дій щодо соціально-економічних перетворень.

Література

1. Бондаренко О. О. *Окремі аспекти забезпечення надійності персоналу* // Агросвіт. 2015. № 10. С. 49–52.
2. Кравченко В. О. *Кадрові ризики в системі управління персоналом організації* // Економіка і фінанси. 2016. № 3. С. 15–23.
3. Ареф'єва О. В. *Кадрова складова в системі економічної безпеки машинобудівних підприємств* // Актуальні проблеми економіки. 2008. № 11. С. 95–100.
4. Дорофеев К. Н., Гарнева Е. В. *Кадровая безопасность в системе экономической оценки деятельности фирмы* // Молодой ученый. 2013. № 6. С. 327–331.
5. Кибанов А. Я. *Управление персоналом организации*. М : ИНФРА-М, 2006. 638 с.
6. Назарова Г. В. *Передумови створення системи кадрової безпеки підприємства* // Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. 2010. Вип. 15. С. 52–60.
7. Подлужна Н. О. *Забезпечення кадрової безпеки організації.* URL: http://www.econindustry.org/arhiv/html/2010/st_52_34.pdf (дата звернення: 02.08.2018).
8. Митрофанова А. Е. Концепция управления кадровыми рисками в работе с персоналом организации // Компетентность. 2013. Вып. 3 (104). С. 40–45. URL: http://www.asms.ru/upload/iblock/261/261c49fdd34f2b7ecc98dd6a12157ad3.pdf (дата звернення: 06.08.2018).
9. Гайфуллина М. М. *Методологический подход к оценке кадровых рисков* // Нефтегазовое дело : электрон. журн. 2015. № 5. С. 613–629.
10. Чумарин И. Г. *Что такое кадровая безопасность компании?* // Кадры предприятия. 2009. № 2. URL: http://www.bre.ru/security/20813.html (дата звернення: 13.08.2018).
11. Швець І. Б. *Економічна безпека в управлінні персоналом* // Наукові праці ДонНТУ. Серія : економічна. Донецьк. 2009. Вип. 36-1. С. 179–184.
12. Апполонский С. М., Куклев Ю. И. *Надежность и эффективность электрических аппаратов :* учеб. пособ. СПб : Лань, 2011. 463 с.
13. Цільмак О. М., Яковенко С. І. *Соціально-правова надійність персоналу ОВС як підґрунтя ефективної професійної діяльності* // Наука і освіта : наук.-практ. журн. Південного наукового Центру АПН України. 2010. № 4/5. С. 59–62.

14. Шипілов А. І., Шипілова О. А. *Як забезпечити надійність персоналу?* URL: http://alls.in.ua/50241-yak-zabezpechiti-nadijjnist-personalu.html (дата звернення: 15.08.2018).
15. Крук В. М. *Психология надежности специалиста: история и современность*. URL: http://vestnikmgou.ru/Articles/View/60 (дата звернення: 17.08.2018).
16. ДСТУ 2860-94. *Надійність техніки. Терміни та визначення.* URL: http://document.ua (дата звернення: 20.08.2018).
17. *Энциклопедии маркетинга.* URL: http://www.proexport.ru/ru/02esencn.htm (дата звернення: 23.08.2018).
18. Ожегов С. И. *Словарь русского языка.* 17-е изд., стереотип. М. : Рус. яз., 1985. 797 с.

References

1. Bondarenko, O. O. (2015). *Some aspects of staff reliability ensuring* [Okremi aspekty zabezpechennia nadiinosti personalu], Ahrosvit, No. 10, s. 49–52 [in Ukrainian]
2. Kravchenko, V. O. (2016). *Personnel risks in the organization's personnel management system* [Kadrovi ryzyky v systemi upravlinnia personalom orhanizatsii], Ekonomika i finansy, No. 3, s. 15–23 [in Ukrainian]
3. Arefieva, O. V. (2008). *Personnel component in economic safety system of machine-building enterprises* [Kadrova skladova v systemi ekonomichnoi bezpeky mashynobudivnykh pidpryiemstv], Aktualni problemy ekonomiky, No. 11, s. 95–100 [in Ukrainian]
4. Dorofeev, K. N., Garneva, E. V. (2013). *Personnel security in economic evaluation system of firm's activities* [Kadrovaya bezopasnost v sisteme ekonomicheskoy otsenki deyatelnosti firmy], Molodoy uchenyi, No. 6, s. 327–331 [in Russian]
5. Kibanov, A. Ya. (2006). *Personnel management of organization* [Upravlenie personalom organizatsii], INFRA-M, Moskva, 638 s. [in Russian]
6. Nazarova, G. V. (2010). *Prerequisites for creation of enterprise's personnel security system* [Peredumovy stvorennia systemy kadrovoi bezpeky pidpryiemstva], Rehionalni aspekty rozvytku produktyvnykh syl Ukrainy, Vyp. 15, s. 52–60 [in Ukrainian]
7. Podluzhna, N. O. *Provision of organization personnel security* [Zabezpechennia kadrovoi bezpeky orhanizatsii], available at: http://www.econindustry.org/arhiv/html/2010/st_52_34.pdf [in Ukrainian]
8. Mitrofanova, A. E. (2013). *Concept of personnel risk management in work with personnel of organization* [Kontseptsiya upravleniya kadrovymi riskami v rabote s personalom organizatsii], Kompetentnost, Vyp. 3 (104), s. 40–45, available at: http://www.asms.ru/upload/iblock/261/261c49fdd34f2b7ecc98dd6a12157ad3.pdf [in Russian]
9. Gaifullina, M. M. (2015). *Methodological approach to personnel risk assessment* [Metodologicheskiy podkhod k otsenke kadrovykh riskov], Neftegazovoe delo, No. 5, s. 613–629 [in Russian]
10. Chumarin, I. G. (2009). *What is the company's personnel security?* [Chto takoe kadrovaya bezopasnost kompanii?], Kadry predpriyatiya, No. 2, available at: http://www.bre.ru/security/20813.html [in Russian]
11. Shvets, I. B. (2009). *Economic security in personnel management* [Ekonomichna bezpeka v upravlinni personalom], Naukovi pratsi DonNTU, Donetsk, Seriia: ekonomichna, Vyp. 36-1, s. 179–184 [in Ukrainian]
12. Appolonskiy, S. M., Kuklev, Yu. Y. (2011). *Reliability and efficiency of electrical apparatus* [Nadezhnost i effektivnost elektricheskikh apparatov], Lan, Sankt-Peterburg, 463 s. [in Russian]
13. Tsilmak, O. M., Yakovenko, S. I. (2010). *Social and legal reliability of the ATS staff as a basis for effective professional activity* [Sotsialno-pravova nadiinist personalu OVS yak pidhruntia efektyvnoi profesiinoi diialnosti], Nauka i osvita: nauk.-prakt. zhurnal Pivdennoho naukovoho Tsentru APN Ukrainy, No. 4/5, s. 59–62 [in Ukrainian]
14. Shypilov, A. I., Shypilova, O. A. *How to ensure staff reliability?* [Yak zabezpechyty nadiinist personalu?], available at: http://alls.in.ua/50241-yak-zabezpechiti-nadijjnist-personalu.html [in Ukrainian]
15. Kruk, V. M. *Psychology of specialist reliability: history and modernity* [Psikhologiya nadezhnosti spetsialista: istoriya i sovremennost], available at: http://vestnikmgou.ru/Articles/View/60 [in Russian]
16. DSTU 2860-94. *Reliability engineering. Terms and definitions* [DSTU 2860-94. Nadiinist tekhniky. Terminy ta vyznachennia], available at: http://document.ua [in Ukrainian]
17. *Marketing Encyclopedias* [Entsyklopedii marketinga], available at: http://www.proexport.ru/ru/02esencn.htm [in Russian]
18. Ozhegov, S. I. (1985). *Russian dictionary.* 17th ed. [Slovar russkoho yazyka; 17 izd.], Russkiy yazyk, Moskva, 797 s. [in Russian]

Стаття надійшла до редакції 03.09.2018. Прийнята до друку 18.09.2018.

УДК 331.522.4:332.1

Лілія Миколаївна СВОРОБОВИЧ
кандидат економічних наук, викладач кафедри управління персоналом і економіки праці, Одеський національний економічний університет, Україна, e-mail: lilisvor@gmail.com, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-0607-1382

РОЛЬ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

Своробович, Л. М. Роль людського капіталу в розвитку територіальних соціально-економічних систем // 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. № 3 (67). С. 184–198.

Анотація. *У статті розглянуто еволюцію наукових поглядів на роль людини в соціально-економічних процесах, соціально-економічну сутність категорії «людський капітал» та його основні складові. Визначено, що на сьогоднішній день надзвичайно важливим і актуальним є аналіз рівня розвитку людського потенціалу як показника ефективності та конкурентоспроможності соціально-економічної системи. Досліджено різні теоретичні підходи до оцінки людського потенціалу як на рівні держави, так і регіону. Проаналізовано та порівняно підходи до розрахунку індексу розвитку людського потенціалу за допомогою методики розробленої ООН та національної методики. Наведено показники розвитку людського капіталу України за період з 1990 по 2017 рр. Визначено місце України у світовому рейтингу за показником розвитку людського капіталу, проведено порівняльний аналіз ІЛР країни з найбільш розвиненими країнами та країнами СНД. Аналіз міжнародного досвіду розрахунку регіональних індексів людського розвитку засвідчив, що їх переважна частина зосереджується на трьох традиційних напрямках людського розвитку: тривалому та здоровому житті, освітніх здобутках та рівні добробуту населення. Надано рекомендації щодо зближення національної та зарубіжних методик оцінки людського потенціалу. Визначено проблеми розвитку людського капіталу в Україні. Наголошено на необхідності інвестицій в людський капітал, який виступає найважливішим фактором економічного зростання країни і добробуту суспільства. Запропоновано рекомендації щодо стратегічних пріоритетів державної соціально-економічної політики, спрямованої на розвиток та збереження людського потенціалу країни.*

Ключові слова: *людський капітал; індекс розвитку людського потенціалу; індекс регіонального людського розвитку; освіта; охорона здоров'я; рівень та тривалість життя; добробут та гідні умови праці; інвестиції в людський капітал.*

Лилия Николаевна СВОРОБОВИЧ
кандидат экономических наук, преподаватель кафедры управления персоналом и экономики труда, Одесский национальный экономический университет, Украина, e-mail: lilisvor@gmail.com, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-0607-1382

РОЛЬ ЛЮДСКОГО КАПИТАЛА В РАЗВИТИИ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

Своробович, Л. Н. Роль людского капитала в развитии территориальных социально-экономических 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. № 3 (67). С. 184–198.

Аннотация. *В статье рассмотрены эволюция научных взглядов на роль человека в социально-экономических процессах, социально-экономическую сущность категории «человеческий капитал» и его основные составляющие. Определено, что на сегодняшний день чрезвычайно важным и актуальным является анализ уровня развития человеческого потенциала как показателя эффективности и конкурентоспособности социально-экономической системы. Исследованы различные теоретические подходы к оценке человеческого потенциала как на уровне государства, так и региона. Проанализированы и сравнены подходы к расчету индекса развития человеческого потенциала с помощью методики разработанной ООН и национальной методики. Приведены показатели развития человеческого капитала Украины за период с 1990 по 2017 гг. Определено место Украины в мировом рейтинге по показателю развития человеческого капитала, проведен сравнительный анализ ИЧР страны с наиболее развитыми странами и странами СНГ. Анализ международного опыта расчета региональных индексов человеческого развития показал, что их большая часть концентрируется на трех традиционных направлениях человеческого развития: продолжительной и здоровой жизни, образовательных достижениях и уровне благосостояния населения. Даны рекомендации по*

 © СВОРОБОВИЧ Л.М., 2018

сближению национальной и зарубежных методик оценки человеческого потенциала. Определены проблемы развития человеческого капитала в Украине. Отмечена необходимость инвестиций в человеческий капитал, который выступает важнейшим фактором экономического роста страны и благосостояния общества. Предложены рекомендации по стратегическим приоритетам государственной социально-экономической политики, направленной на развитие и сохранение человеческого потенциала страны.

Ключевые слова: *человеческий капитал; индекс развития человеческого потенциала; индекс регионального человеческого развития; образование; здравоохранение; уровень и продолжительность жизни; благосостояние и достойные условия труда; инвестиции в человеческий капитал.*

Liliya SVOROBOVICH
PhD in Economics, Lecturer of Personnel Management and Labor Economics Department,
Odessa National Economic University, Ukraine, e-mail: lilisvor@gmail.com,
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-0607-1382

ROLE OF HUMAN CAPITAL IN TERRITORIAL SOCIAL AND ECONOMIC SYSTEMS DEVELOPMENT

Svorobovich, L. (2018). Role of human capital in territorial social and economic systems development. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Rol liudskoho kapitalu v rozvytku terytorialnykh sotsialno-ekonomichnykh system; za red.: M. I. Zvieriakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; Vìsnik socìal'no-ekonomìčnih doslìdžen' (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 3 (67), pp. 184–198.

Abstract. *The evolution of scientific views on the human role in socio-economic processes, the socio-economic essence of the category «human capital» and its main components are considered in the article. Today is extremely important and relevant the analysis of human potential development level as an indicator of socio-economic system efficiency and competitiveness, is determined. Different theoretical approaches to assessing of human potential at both state and region level are investigated. The approaches to calculating of human potential development index with UN and national methodology are analyzed and compared. The indexes of Ukrainian human capital development for the period from 1990 to 2017 are given. The place of Ukraine in the world ranking to the indicator of human capital development is determined, a comparative analysis of the country's HCI with the most developed countries and CIS countries was conducted. The analysis of international experience in the calculation of regional human development indices has shown that their overwhelming part focuses on three traditional trends of human development: long and healthy life, educational achievements and wellbeing at the population level. Recommendations on the national and foreign methods convergence of human potential assessment are given. The problems of human capital development in Ukraine are determined. The necessity of investments in human capital, which is the most important factor of the country economic growth and the welfare of society, is emphasized. Recommendations on the state socio-economic policy strategic priorities, aimed at development and preservation of country's human potential are proposed.*

Keywords: *human capital; human development index; regional human development index; education; health care; level and life expectancy; well-being and decent working conditions; human capital investments.*

JEL classification: *J240*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сучасні тенденції соціально-економічного розвитку країн обумовлюють зростання ролі людського капіталу, необхідність його збереження та розвитку. Людський капітал є одним із найцінніших ресурсів суспільства та головних чинників розвитку і конкурентоспроможності територіальних соціально-економічних систем. Якісні та кількісні характеристики людського капіталу впливають на економічне зростання у будь-якій країні. Цифровізація усіх сфер господарської діяльності, стрімкий розвиток високотехнологічних виробництв в багатьох країнах та перехід до шостого технологічного укладу створюють величезний попит на висококваліфіковану робочу силу та підвищують вимоги до кваліфікаційного рівня працівників, їх освіти та інших якісних характеристик, які визначають цінність людського капіталу.

Не зважаючи на те, що Україна має доволі потужний людський потенціал, про що свідчить її місце у світових рейтингах, варто зазначити, що останніми роками спостерігаються вкрай негативні явища, повязані зі значним відтоком кваліфікованої робочої сили та працездатної молоді до країн Європейського Союзу, що створює «кадровий голод»

на внутрішньому ринку праці та зменьшує перспективи економічного зростання країни. Суттєвим поштовхом для цього стало також отримання безвізового режиму з країнами ЄС.

Головними причинами такої негативної ситуації є низький рівень оплати праці та соціальних стандартів, недостатня державна підтримка або відсутність дієвих програм розвитку людського потенціалу в країні. Зважаючи на це, одними з пріоритетних завдань державної політики в Україні мають стати заходи щодо збереження людського капіталу, людського розвитку та забезпечення пов'язаних з ними соціальних інвестицій.

Вирішення цих завдань потребує перегляду державної соціально-економічної політики, розробки наукового та інформаційно-методичного забезпечення та обумовлює актуальність цього дослідження.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Економічна категорія «людський капітал» була розвинена в багатьох працях вітчизняних та зарубіжних вчених, які переважно розглядали її теоретичний аспект. В сучасних динамічних ринкових умовах формування людського капіталу дедалі більше стає основою економічного зростання, радикальних структурних зрушень та забезпечення високого рівня конкурентоспроможності країни.

Поглиблення концепцій людського капіталу та людського розвитку знайшло відображення в працях багатьох вітчизняних науковців, таких як Д. Богині, О. Бородіної, С. Вересюк [1], С. Вовканича, А. Гайдуцького [2, с.82–86], О. Грішнової [3], М. Долішнього [4], Г. Задорожнього, Е. Лібанової [5], М. Семикіної, Л. Семів, О. Стефанишин та ін.

Актуальні проблеми та перспективи розвитку людського капіталу в Україні були висвітлені в працях В. Близнюка, О. Головінова, О. Іляш [6, с.141–145], С. Климка, А. Колота, Н. Лук'яненка, В. Приймака [7] та багатьох інших науковців.

Науковці В. Мамаєва [8, с.13] та О. Балацький [9, с.145], аналізуючи стан людського розвитку країни, використовують Індекс розвитку людського потенціалу (ІРЛП), розрахований за методологією ООН. Проблеми якості та рівня життя населення регіону розглядаються вченими О. Грішновою [3, с.109], Е. Лібановою [10, с.115], О. Макаровою [11, с.42] через призму національної методики побудови індексів регіонального людського розвитку.

Серед зарубіжних вчених, які розглядали роль людського капіталу у формуванні стійкої та зростаючої економіки, можна виділити таких як Г. Беккер [12], Д. Белл, Л. Едвісон, М. Кастельс, Дж. Коулмен [13, с.121–139], М. Мелоун, І. Росс, Т. Стюарт, Т. Шульц та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Віддаючи належне існуючим науковим напрацюванням за вищезазначеною проблематикою як вітчизняних, так і зарубіжних вчених, враховуючи наявність різних підходів до трактування поняття «людського капіталу», його ролі в економічному розвитку регіону та країни, а також відмінність методологій оцінювання розвитку людського потенціалу за національною та міжнародною методологією, вважаємо за потрібне продовжити дослідженння цих дискусійних питань та викласти власне бачення щодо їх вирішення. У зв'язку з цим, важливим питанням є також розробка та надання пропозицій щодо формування стратегічних орієнтирів розвитку людського капіталу в Україні як головної рушійної сили суспільно-економічного прогресу.

Постановка завдання. Метою статті є: узагальнення розуміння економічної категорії «людський капітал»; визначення його ролі в економічному розвитку регіону та країни, а також окреслення проблем та перспектив розвитку в Україні; дослідження відмінностей у розрахунку показників розвитку людського потенціалу за національною та міжнародною методологіями; формування рекомендацій щодо стратегічних пріоритетів державної політики, спрямованої на розвиток та збереження людського потенціалу країни.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток теорій робочої сили обумовив еволюцію підходів до визначення категорій «робоча сила», «трудовий потенціал» та перехід до категорій «людський капітал» та «людські ресурси» (табл. 1).

Таблиця 1

Еволюція наукових поглядів на роль людини в соціально-економічних процесах (систематизовано автором на основі [1–10])

Концепція	Категорія	Визначення категорії	Хронологія активного використання	Трактування ролі людини у соціально-економічних процесах
Інструментальний (економічний) підхід				
Робочої сили	Робоча сила	Здатність людини до праці	з XIX ст. по даний час	Людина як носій здібностей і рис, які можуть бути використані в процесі праці
	Трудові ресурси	Сукупність носіїв робочої сили (фактор виробництва)	20-ті роки XX ст. по даний час	Людина як пасивний об'єкт зовнішнього управління, облікова одиниця працездатного населення
Трудового потенціалу	Трудовий потенціал	Сукупність можливостей населення до праці	70-80 рр. XX ст. по даний час	Людина – головна рушійна сила суспільного виробництва, що характеризується кількісними і якісними характеристиками працездатного населення
	Економічно активне населення	Населення у віці 15–70 років, що пропонує свою працю на ринку праці (зайняті та безробітні)	початок 90-х рр. XX ст. по даний час	Людина як суб'єкт, який характеризується своїми потребами й інтересами на ринку праці
Людського капіталу	Людський капітал	Запас знань, здібностей і мотивацій	Кінець 70-х рр. – початок 90-х рр. XX ст. по даний час	Людина як об'єкт найефективніших інвестицій і суб'єкт, який перетворює їх на продуктивні здібності з метою подальшої реалізації у виробництві
Людських ресурсів	Людські ресурси	Сукупність потенціалів людини	Кінець 70-х рр. XX ст. по даний час	Людина – головна рушійна сила НТП, виробничого зростання

У сучасних умовах розвиток управління людськими ресурсами й персоналом усе більше орієнтується на теорії людського капіталу.

Засновниками сучасної теорії людського капіталу є Г. Беккер і Т. Шульц. У своїй праці «Людський капітал» (1964) Г. Беккер дав таке визначення людського капіталу: «Людський капітал – це капітал, який формується шляхом інвестицій в людину (витрат на освіту, підготовку на виробництві, охорону здоров'я та інші складові, що примножують параметри людського фактора)» [12].

В економічній літературі широко дискутується сутність та визначення категорії «людський капітал». Так, Т. Шульц (1961) надає таке визначення: «Людський капітал – сукупність знань, здібностей та кваліфікації, що забезпечують провідну функцію засобів виробництва та предметів тривалого користування», а вчений Х. Боуен (1977) стверджує, що «Людський капітал складається із набутих знань, навичок, мотивацій та енергії, якими наділені людські істоти і які можуть бути використані протягом певного періоду часу для виробництва товарів та послуг». О. Тоффлер (1991) вважає, що «Людський капітал – це символічний капітал, який, на відміну від традиційних форм капіталу, є невичерпним і одночасно доступним необмеженій кількості користувачів без будь-яких обмежень».

Науковець О. А. Грішнова (2006) вважає, що «Людський капітал – це економічна категорія, яка характеризує сукупність сформованих і розвинених внаслідок інвестицій продуктивних здібностей, особистих рис і мотивацій індивідів, що перебувають у їхній власності, використовуються в економічній діяльності, сприяють зростанню продуктивності праці і завдяки цьому впливають на зростання доходів свого власника, прибутку підприємства та національного доходу» [3, с.16–17].

Для оцінки людського капіталу різних країн ООН використовує Індекс людського розвитку (ІЛР).

За даними оновленого статистичного звіту ООН «Human Development Report» в 2017 році Індекс розвитку людського потенціалу в Україні склав 0,751 та країна посіла 88 місце серед 189 країн у світовому рейтингу [14].

Індекси та показники розвитку людського потенціалу в Україні в 2017 році наведені в табл. 2.

Таблиця 2

Індекси та показники розвитку людського потенциалу в Україні в 2017 році (складено автором за даними [15])

№ з/п	Назва показника / Складова	Показник
1	Очікувана тривалість життя при народженні (роки) / Здоров'я	72,1
2	Очікувані роки навчання (років) / Освіта	15,0
3	Валовий національний дохід (ВНД) на душу населення (2011 PPP $) / Дохід / Склад ресурсів	8,13
4	Скорегований за нерівністю ІЛР / Нерівність	0,701
5	Індекс гендерного розвитку / Гендерна рівність	0,993
6	Працюючі бідні за ППП $ 3,10 на добу (% від загальної зайнятості) – Бідність	0,3
7	Зайнятість до загальної чисельності населення (% у віці від 15 років і старше) – Робота, зайнятість та вразливість	49,1
8	Штрафи на вбивство (на 100 000 осіб) – Безпека людини	6,3
9	Експорт та імпорт (% ВВП) – Торгівля та фінансові потоки	102,2
10	Користувачі Інтернету, загальна (% населення) – Мобільність та комунікація	52,5
11	Викиди вуглекислого газу на душу населення (тон) – Екологічна стійкість	5,0
12	Загальна кількість населення (мільйонів) – Демографія	44,2
13	Кваліфікована робоча сила (% робочої сили) – Соціально-економічна стійкість	98,1

Не зважаючи на те, що за 2017 рік Україна отримала значення ІЛР 0,751, цей показник є нижчим за середнє значення для країн у групі з високим Індексом людського розвитку, який становить 0,757, та нижчим за середнє значення для країн Європи та Центральної Азії, що складає 0,771. У період з 1990 по 2017 рр. очікувана тривалість життя при народженні в Україні збільшилася на 2,3 роки, очікувана тривалість навчання збільшилася на 2,2 роки, а середня кількість років навчання зросла на 2,6 роки. Останнім часом рівень життя в Україні, що визначається валовим національним доходом (ВНД) на душу населення, дещо зріс: приблизно на 9% у 2015–2017 рр. Більш детальний аналіз компонентів ІЛР, представлений в

оновленій статистиці ПРООН 2018 року, засвідчує нерівний розподіл показників по освіті, середній тривалості життя та доходах серед жінок та чоловіків у різних країнах [16].

Динаміка індексу людського розвитку в Україні в 1990–2017 рр. наведена на рис. 1.

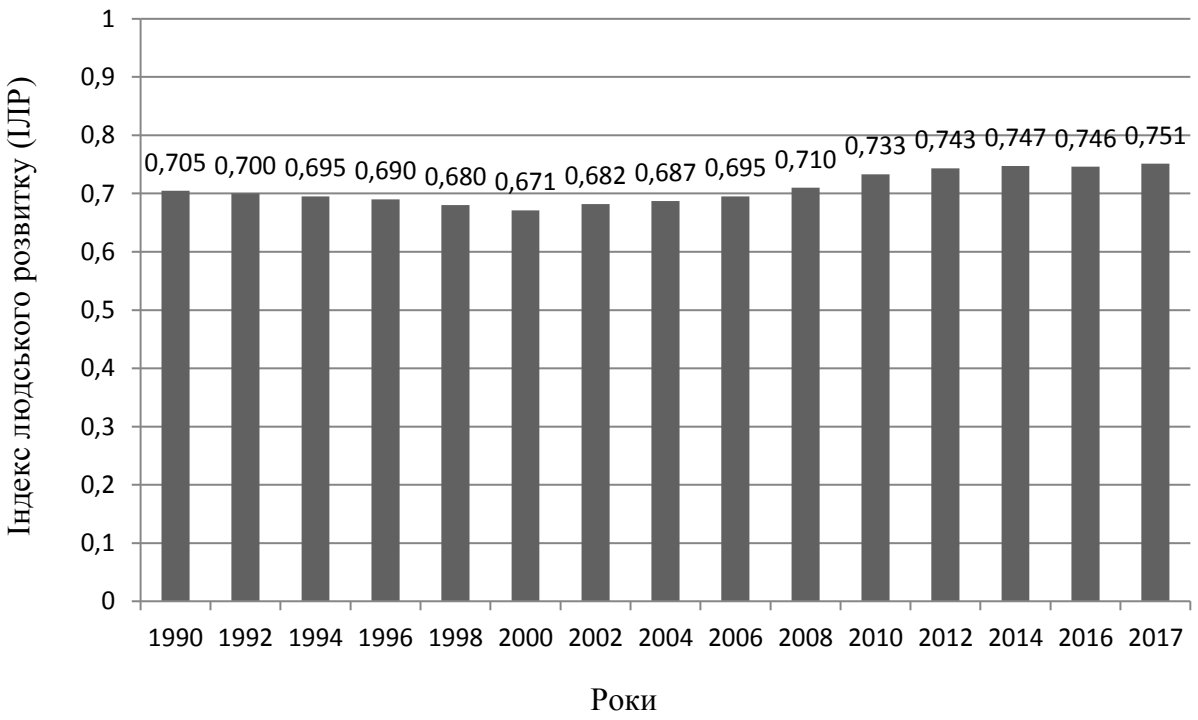


Рис. 1. Динаміка індексу людського розвитку (ІЛР) в Україні в 1990–2017 рр.
(побудовано автором за даними [14])

Між Україною та іншими країнами залишаються значні відмінності, коли йдеться про благополуччя населення. Дитина, народжена зараз у Норвегії – країні з найвищим ІЛР – ймовірно проживе понад 82 роки і навчатиметься майже 18 років. Водночас хлопчик, народжений в Україні, найімовірніше проживе 63 роки і присвятить навчанню 12 років. Хоча значна нерівність виникає у багатьох країнах, включаючи деякі найзаможніші країни, в середньому такі країни як Україна, де фіксується нижчий рівень людського розвитку, зазнають більших втрат.

Варто зазначити, що ІЛР, як і всі середні показники, приховує нерівність розподілу людського розвитку серед населення на рівні країни. У зв'язку з цим, у 2010 році ООН представило Індекс людського розвитку з урахуванням соціально-економічної нерівності (ІЛРН), який враховує нерівність у всіх трьох площинах ІЛР шляхом «вирахування» середнього значення кожної площини відповідно до її рівня нерівності.

ІЛР України за 2017 рік становить 0,751. Проте, коли значення зменшується з урахуванням нерівності, ІЛР знижується до 0,701. Втрата у 6,6% зумовлена нерівномірністю розподілу індексів за такими площинами ІЛР, як валовий національний дохід (ВНД), середня тривалість життя та рівень знань.

У 2014 році Офіс доповідей про людський розвиток ООН запровадив новий індикатор – Індекс гендерного розвитку (ІГР), – розрахунки якого здійснювалися на основі Індексу людського розвитку, диференційованого за статевою ознакою, та визначений як співвідношення жіночого і чоловічого ІЛР. ІГР вимірює гендерну нерівність у досягненнях у трьох основних сферах людського розвитку: 1) здоров'я (визначається за співвідношенням очікуваної тривалості життя серед жінок та чоловіків при народженні); 2) освіта (вимірюється за співвідношенням очікуваної тривалості навчання для дітей та дорослих віком від 25 років); 3) можливість вільно розпоряджатися економічними ресурсами (вимірюється очікуваним ВНД на душу населення для чоловіків та жінок) [16].

Наприклад, у 2017 очікувана тривалість життя для жінок становила 76,9 років, тоді як для чоловіків – 67,1 років. Хоча українські жінки живуть довше за чоловіків, проте рівень їхнього економічного доходу нижчий. Коли йдеться про валовий національний продукт (ВНП), дохід жінок складає менше ніж 6082 дол. на рік, а чоловіків – 10513 дол. Однак показники очікуваної тривалості навчання як для жінок, так і для чоловіків, у середньому складають 11,3 років.

У 2017 році ІЛР для жінок в Україні становить 0,746 на противагу 0,751 для чоловіків, таким чином значення ІГР дорівнює 0,993, що зумовлює місце країни у групі 1. Для порівняння, ІГР для Казахстану та Російської Федерації складають 1,007 і 1,019 відповідно [16].

Загалом в Україні спостерігається тенденція до поступового покращення у сфері людського розвитку, але потенціал для зростання та наближення до показників розвинених країн ще є.

У 2017 році за ініціативою Світового банку започатковано новий «Проект розвитку людського капіталу» (The Human Capital Project – HCP), який сприятиме прискореному здійсненню більш масштабних і ефективних інвестицій в людський капітал задля зміцнення соціальної справедливості і зростання економіки [17].

Перша аналітична доповідь була представлена 11 жовтня 2018 року під час щорічних зборів Міжнародного валютного фонду (МВФ) та Групи Світового банку в Індонезії.

Індекс людського капіталу представляє обсяг людського ресурсу в перспективі (знання, навички, здоров'я), враховуючи його досягнення у віці 18 років народженими уже сьогодні дітьми. Індекс містить такі дані, як дитяча смертність, кількість років навчання та його результати. При визначенні індексу людського капіталу враховуються такі складові, як рівень освіти в країні, професійна підготовка, працевлаштування та зайнятість, тривалість життя тощо.

В табл. 3 наведено порівняльні дані Індексу людського капіталу та складових найбільш розвинених країн світу, країн СНД та України за 2018 рік.

Таблиця 3

Порівняльні дані Індексу людського капіталу та складових найбільш розвинених країн світу, країн СНД та України за 2018 рік (побудовано автором за даними [17])

Економіка	Імовірність виживання до 5 років	Очікувані роки навчання	Гармонізований результат навчання	Скореговані роки навчання	Рівень виживання дорослого населення	Індекс людського капіталу		
						Нижня межа	Середнє значення	Верхня межа
Найбільш розвинені країни								
Австралія	1.00	13.8	524	11.6	0.95	0.79	0.80	0.81
Австрія	1.00	13.9	525	11.7	0.94	0.78	0.79	0.80
Бельгія	1.00	13.4	519	11.1	0.93	0.75	0.76	0.77
Велика Британія	1.00	13.9	517	11.5	0.94	0.77	0.78	0.79
Греція	0.99	12.9	474	9.8	0.94	0.67	0.68	0.69
Данія	1.00	13.4	531	11.4	0.93	0.76	0.77	0.79
Ізраїль	1.00	13.8	503	11.1	0.95	0.75	0.76	0.78
Ірландія	1.00	13.7	538	11.8	0.95	0.79	0.81	0.82
Ісландія	1.00	13.4	497	10.7	0.95	0.73	0.74	0.75
Іспанія	1.00	13.1	514	10.8	0.94	0.74	0.74	0.75
Італія	1.00	13.6	514	11.2	0.95	0.76	0.77	0.78
Канада	0.99	13.7	537	11.7	0.94	0.79	0.80	0.81
Китай	0.99	13.2	456	9.7	0.92	0.66	0.67	0.68
Китай (Гонконг)	0.99	13.4	562	12.1	0.95	0.81	0.82	0.83
Люксембург	1.00	12.4	500	9.9	0.94	0.68	0.69	0.70
Мексика	0.99	12.6	430	8.6	0.89	0.60	0.61	0.61
Нідерланди	1.00	13.8	530	11.7	0.94	0.79	0.80	0.81
Німеччина	1.00	13.9	528	11.7	0.93	0.78	0.79	0.81

Продовження табл. 3

Нова Зеландія	0.99	13.6	517	11.3	0.94	0.76	0.77	0.78
Норвегія	1.00	13.7	512	11.2	0.94	0.76	0.77	0.78
Південна Корея	1.00	13.6	563	12.2	0.94	0.83	0.84	0.86
Португалія	1.00	13.8	520	11.5	0.93	0.77	0.78	0.79
США	0.99	13.3	523	11.1	0.90	0.75	0.76	0.77
Туреччина	0.99	12.1	459	8.9	0.90	0.61	0.63	0.64
Фінляндія	1.00	13.7	548	12.0	0.93	0.80	0.81	0.82
Франція	1.00	14.0	506	11.3	0.93	0.76	0.76	0.77
Швейцарія	1.00	13.3	524	11.1	0.95	0.75	0.77	0.78
Швеція	1.00	13.9	525	11.7	0.95	0.79	0.80	0.81
Японія	1.00	13.6	563	12.3	0.94	0.83	0.84	0.85
Країни Співдружності Незалежних Держав (СНД)								
Азербайджан	0.98	11.6	472	8.7	0.87	0.58	0.60	0.62
Білорусь*	–	–	–	–	–	–	–	–
Вірменія	0.99	11.1	443	7.9	0.88	0.56	0.57	0.58
Казахстан	0.99	13.3	537	11.5	0.80	0.72	0.75	0.77
Киргизстан	0.98	12.6	420	8.4	0.82	0.57	0.58	0.59
Молдова	0.98	11.8	436	8.2	0.83	0.57	0.58	0.59
Російська Федерація	0.99	13.8	538	11.9	0.78	0.68	0.73	0.77
Таджикистан	0.97	10.8	444	7.7	0.87	0.51	0.53	0.55
Узбекистан*	–	–	–	–	–	–	–	–
Туркменістан*	–	–	–	–	–	–	–	–
Країни – колишні члени СНД								
Україна	0.99	13.0	490	10.2	0.81	0.61	0.65	0.68
Грузія	0.99	12.5	445	8.9	0.85	0.60	0.61	0.63

* дані відсутні.

Дані табл. 3 свідчать про те, що середнє значення Індексу людського капіталу в найбільш розвинених країнах у 2018 році, за даними Групи Світового банку, коливається в межах 0,61–0,84. Найнижчий Індекс людського капіталу серед цієї групи країн у Мексики (0,61), а найвищий – у Південної Кореї та Японії (0,84). Порівняння групи країн СНД за цим показником засвідчило, що найбільше середнє значення Індексу людського капіталу у Російської Федерації (0,73), а найменьше – у Таджикистану (0,53). Варто зауважити, що це порівняння наведено без урахування показників Білорусі, Узбекистану та Туркменістану, які нажаль наразі відсутні. Україна та Грузія, які належать до колишніх країн СНД, мають середнє значення Індексу людського капіталу 0,65 та 0,61 відповідно. Середнє значення Індексу людського капіталу в Україні дорівнює, або знаходиться близько від значень цього показника таких розвинених країн, як Люксембург, Туреччина, Греція, Китай.

Відповідно до визначеної у статті мети розглянемо та порівняємо методику розрахунку ІЛР, яку використовує ООН (рис. 2), та національну методику.

При підрахунку ІЛР за методикою ООН враховуються 3 види показників:

1. Очікувана тривалість життя – оцінює довголіття.
2. Рівень грамотності населення країни (середня кількість років, витрачених на навчання) та очікувана тривалість навчання.
3. Рівень життя, оцінений через ВНД на душу населення за паритетом купівельної спроможності (ПКС) в доларах США.

В Україні використовується схожа методика визначення індексу регіонального людського розвитку, проте, існують і відмінності.

Методика визначення ІЛР за 6 блоками містить узагальнену систему показників, що характеризує кількісні та якісні характеристики соціально-економічної диференціації соціального розвитку:

– коефіцієнт диференціації індексу розвитку людського потенціалу, що характеризує ступінь відмінності в соціально-економічному розвитку аналізованих країн, регіонів усередині країни, соціальних груп;
– коефіцієнт диференціації індексу здоров'я (довголіття), що показує, наскільки стан здоров'я в одній країні, регіоні краще, ніж в іншому;
– коефіцієнт диференціації індексу освіти. Такий показник визначає ступінь перевищення рівня освіти населення в одній країні (регіоні або іншому об'єкті дослідження) над рівнем освіти (грамотності) населення іншої країни;
– коефіцієнт диференціації індексу доходу, що визначає ступінь економічної диференціації аналізованих країн або регіонів;
– коефіцієнт диференціації індексу смертності, як показник відмінностей у стані здоров'я порівнюваних країн або регіонів;
– коефіцієнт диференціації рівня професійної освіти, що відображає відмінності в ступені охоплення навчанням другої і третьої ступені освіти в досліджуваних країнах або регіонах.

Рис. 2. Загальна схема побудови Індексу людського розвитку за методикою ООН [14]

Інтегральний регіональний індекс людського розвитку в Україні за складовими блоками у 2016 році дозволяє виявити місце кожного регіону в соціально-економічному розвитку країни. Так, Одеська область за результатами показників усіх блоків посідає 15 місце в рейтингу регіонів України.

Таблиця 4

Інтегральний регіональний індекс людського розвитку в Україні за складовими блоками у 2016 році (розраховано фахівцями Інституту демографії та соціальних досліджень ім. В. Птухи за даними [18])

Область/ Регіон	**Блок 1** «Відтворення населення»		**Блок 2** «Соціальне середовище»		**Блок 3** «Комфортне життя»		**Блок 4** «Добробут»		**Блок 5** «Гідна праця»		**Блок 6** «Освіта»		**ІРЛР, 2016 р.**	
	СКЗ*	***ранг***	***СКЗ****	***ранг***	***СКЗ****	***ранг***	***СКЗ****	***ранг***	***СКЗ****	***ранг***	***СКЗ****	***ранг***	***сума***	***ранг***
АР Крим	…	…	…	…	…	…	…	…	…	…	…	…	**…**	**…**
Вінницька	0,7154	7	0,5116	10	0,5475	22	0,7044	7	0,5142	22	0,8331	8	***3,8262***	***12***
Волинська	0,7168	6	0,5579	8	0,6178	7	0,5854	16	0,5749	10	0,8171	14	***3,8700***	***7***
Дніпропетровська	0,6633	18	0,4109	15	0,5752	18	0,7167	6	0,6131	2	0,8487	5	***3,8279***	***11***
Донецька	…	…	…	…	…	…	…	…	…	…	…	…	**…**	**…**
Житомирська	0,6690	16	0,3889	19	0,5999	13	0,5417	19	0,5577	13	0,8084	15	***3,5656***	***22***
Закарпатська	0,6674	17	0,5612	7	0,8233	1	0,8715	3	0,5922	8	0,7840	21	***4,2995***	***3***
Запорізька	0,6910	11	0,4163	14	0,5508	20	0,7491	5	0,5958	5	0,8469	6	***3,8499***	***10***
Івано-Франківська	0,7304	4	0,6787	5	0,5876	16	1,0198	1	0,5735	11	0,8068	16	***4,3968***	***1***
Київска	0,7319	3	0,3748	21	0,6825	2	0,5732	17	0,5953	7	0,8652	1	***3,8229***	***13***
Кіровоградська	0,6465	21	0,3533	22	0,6049	11	0,6495	11	0,5507	15	0,8284	11	***3,6333***	***20***
Луганська	…	…	…	…	…	…	…	…	…	…	…	…	**…**	**…**
Львівська	0,7347	2	0,7325	3	0,6801	4	0,6227	12	0,5865	9	0,8358	7	***4,1922***	***4***
Миколаївська	0,6629	19	0,3767	20	0,6016	12	0,8073	4	0,5958	6	0,8205	12	***3,8647***	***8***
Одеська	0,6848	13	0,3987	17	0,6813	3	0,5862	15	0,6193	1	0,8315	9	***3,8017***	***15***
Полтавська	0,7080	8	0,4700	12	0,5949	14	0,6767	9	0,5704	12	0,8309	10	***3,8509***	***9***
Рівненська	0,6971	10	0,5835	6	0,6052	10	0,4638	22	0,5412	19	0,7830	22	***3,6738***	***17***
Сумська	0,6860	12	0,4762	11	0,5566	19	0,7024	8	0,5439	17	0,8500	4	***3,8151***	***14***
Тернопільська	0,7631	1	0,7504	1	0,5755	17	0,5580	18	0,5173	21	0,7942	19	***3,9584***	***6***
Харківська	0,6790	15	0,7139	4	0,6123	8	0,6042	14	0,6027	4	0,8630	2	***4,0752***	***5***
Херсонська	0,6504	20	0,3985	18	0,6609	5	0,5007	21	0,6096	3	0,8066	17	***3,6267***	***21***
Хмельницька	0,7232	5	0,5135	9	0,5499	21	0,5386	20	0,5551	14	0,7891	20	***3,6694***	***18***
Черкаська	0,6800	14	0,4497	13	0,6059	9	0,6176	13	0,5274	20	0,8519	3	***3,7325***	***16***
Чернівецька	0,7034	9	0,7399	2	0,6251	6	0,9444	2	0,5500	16	0,7996	18	***4,3624***	***2***
Чернігівська	0,6451	22	0,4027	16	0,5892	15	0,6517	10	0,5412	18	0,8176	13	***3,6475***	***19***

Примітка: **СКЗ*** – стандартизовані калібровані значення по відповідному блоку

Вісник соціально-економічних досліджень, № 3 (67), 2018 ISSN 2313-4569

Динаміка інтегрального регіонального індексу людського розвитку в Україні в 2013–2016 рр. наведена в табл. 5. Вона свідчить про те, що Одеська область стабільно займає серединне положення за цим показником серед інших регіонів України.

Таблиця 5

Динаміка інтегрального регіонального індексу людського розвитку в Україні у 2013–2016 рр. (побудовано автором за даними [18])

Регіони	Роки				Ранг
	2013	2014	2015	2016	
Вінницька область	3,6424	3,7046	3,72916	3,8262	12
Волинська область	3,7373	3,7696	3,8250	3,8700	7
Дніпропетровська область	3,7316	3,7867	3,7816	3,8279	11
Житомирська область	3,4901	3,5892	3,5712	3,5656	22
Закарпатська область	3,9745	4,0536	4,0275	4,2995	3
Запорізька область	3,9174	3,9743	3,9546	3,8499	10
Івано-Франківська область	3,6219	3,8112	3,8923	4,3968	1
Київська область	3,8714	3,9245	3,8592	3,8229	13
Кіровоградська область	3,5516	3,4954	3,5650	3,6333	20
Львівська область	4,0087	4,0451	4,0810	4,1922	4
Миколаївська область	3,7421	3,8185	3,8199	3,8647	8
Одеська область	**3,8245**	**3,8602**	**3,7879**	**3,8017**	**15**
Полтавська область	3,8333	3,8222	3,8530	3,8509	9
Рівненська область	3,6417	3,7169	3,7163	3,6738	17
Сумська область	3,6030	3,6433	3,6951	3,8151	14
Тернопільська область	3,7619	3,8278	3,8709	3,9584	6
Харківська область	4,2141	4,2745	4,1996	4,0752	5
Херсонська область	3,5008	3,5794	3,6090	3,6267	21
Хмельницька область	3,7194	3,6864	3,6479	3,6694	18
Черкаська область	3,7651	3,7570	3,7772	3,7325	16
Чернівецька область	4,1549	4,1598	4,1321	4,3624	2
Чернігівська область	3,6821	3,7533	3,6709	3,6475	19

Серед лідерів індексу людського розвитку в Україні у 2013–2016 роках західні регіони – Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська області, а також Харківська область.

Загальне достатньо стале позиціювання Одеської області серед регіонів України обумовлене багатьма факторами, що визначають показники за кожним блоком оцінювання.

Демографічна складова виступає основним показником оцінки рівня розвитку людського капіталу та основним чинником соціально-економічного розвитку регіонів і країни в цілому. Вже тривалий проміжок часу в Україні і, зокрема, в Одеському регіоні, спостерігається скорочення населення (табл. 6), що негативно позначається на його ефективному розвитку та конкурентоспроможності.

Таблиця 6

Чисельність постійного населення у регіонах України за 2010–2017 рр. (побудовано автором за даними [18])

(на 1 січня; осіб)

	Роки						Приріст/ скорочення населення 2010–2017
	2010	2013	2014	2015	2016	2017	
Україна	**45782592**	**45372692**	**45245894**	**42759661**	**42590879**	**42414905**	**-3367687**
Автономна Республіка Крим*	1956550	1956422	1958504	…	…	…	–

Продовження табл. 6

Області							
Вінницька	1643523	1619953	1611177	1603488	1595078	1583272	-60251
Волинська	1033937	1037230	1038575	1040190	1039940	1038226	4289
Дніпропетровська	3352172	3304486	3289122	3273328	3251575	3227102	-125070
Донецька	4453855	4362557	4330997	4284365	4252260	4231172	-222683
Житомирська	1286618	1269672	1263281	1256735	1248318	1241251	-45367
Закарпатська	1241995	1251560	1254017	1256737	1256325	1255944	13949
Запорізька	1810875	1784454	1775044	1765137	1752853	1738699	-72176
Івано-Франківська	1377990	1379062	1379370	1379827	1379626	1377189	-801
Київська	1715985	1716273	1719699	1723455	1726456	1728692	12707
Кіровоградська	1011367	988756	981150	974164	966735	959341	-52026
Луганська	2307020	2251954	2234876	2215554	2200792	2190693	-116327
Львівська	2531247	2522332	2520066	2519429	2515804	2515657	-15590
Миколаївська	1188801	1172766	1167657	1163627	1157492	1149411	-39390
Одеська	2379962	2384100	2385433	2385382	2379229	2375456	-4506
Полтавська	1491729	1459983	1450367	1441137	1431110	1418990	-72739
Рівненська	1150564	1155808	1157791	1160091	1160751	1161703	11139
Сумська	1170125	1141057	1130765	1121256	1111064	1102337	-67788
Тернопільська	1085614	1074076	1070076	1066685	1062458	1055941	-29673
Харківська	2753453	2728783	2721606	2715666	2702980	2685552	-67901
Херсонська	1091999	1076800	1071135	1066444	1060924	1054217	-37782
Хмельницька	1330794	1310801	1303829	1298079	1291250	1282104	-48690
Черкаська	1291589	1265259	1256328	1248187	1239336	1227578	-64011
Чернівецька	901306	904098	905433	906900	906828	905055	3749
Чернігівська	1101205	1069260	1058284	1047131	1036433	1024870	-76335
Міста							
Київ	2743824	2803716	2827395	2846667	2865262	2884453	140629
Севастополь*	378493	381474	383907	…	…	…	–

* дані по АР Крим та м. Севастополю за 2015–2017 рр. відсутні.

Тенденція щодо зменшення чисельності населення зберігається і для більшості областей України, зростання на 1 січня 2017 року відбулося тільки у Волинській (+4289 осіб), Закарпатській (+13949 осіб), Київській (+12707 осіб), Рівненській (+11139 осіб), Чернівецькій (+3749 осіб) областях та в м. Київ (+140629 осіб).

Сучасний стан людського потенціалу залежить від ситуації на ринку праці. Економічна активність в Одеський області сприяє достатньо високому рівню зайнятості населення. Впродовж 2016 року із 1270,4 тис. осіб, які мали статус безробітних, 32,2% (або 409,0 тис. осіб) були працевлаштовані. Порівняно з попереднім роком показник працевлаштованих становив 92%. Найбільший відсоток працевлаштованих серед осіб, які мали статус безробітних у 2016 р., був у Харківській області і становив 45,7%, а найменший (25,6%) спостерігався у Київській області.

Серед областей Причорноморського регіону найбільший відсоток працевлаштованих серед осіб, які мали статус безробітного у 2016 р. був в Одеській області, він перевищував цей показник по Україні і становив 36,6%. Порівняно із попереднім роком показник працевлаштованих в Одеській області 90,3%. У Миколаївській та Херсонській областях відсоток працевлаштованих серед осіб які мали статус безробітного у 2016 нижче середнього по Україні значення, у Миколаївській області він становив 25,2%, а в Херсонській області – 29,6%. Порівняно з попереднім роком показник працевлаштованих у Миколаївській області склав 87,3%, а в Херсонській області – 81,5%.

Нові підходи до вимірювання соціально-економічного розвитку регіонів відображені в національній методиці, яка ухвалена Постановою КМУ № 1029 від 20.12.2017 р. «Деякі

питання удосконалення системи моніторингу та оцінки результативності реалізації державної регіональної політики». Згідно з цим нормативним документом соціально-економічний розвиток регіонів має визначатися за двома основними індикаторами − індекс конкурентоспроможності регіону та індекс регіонального людського розвитку (ІРЛР). Конкурентоспроможність регіону визначається як здатність регіону створювати привабливе та стійке середовище для діяльності підприємств і сприятливі та комфортні умови для життя його мешканців. Для розрахунку індексу конкурентоспроможності регіонів використовують 10 груп показників, серед яких: економічна стабільність; інфраструктура; охорона здоров'я; якість дошкільної, позашкільної, загальної середньої освіти; якість вищої освіти та професійної підготовки; ефективність ринку праці; розмір ринку; технологічна готовність; належні умови для ведення бізнесу; інновації.

Індекс регіонального людського розвитку визначатиметься за трьома складовими – довге та здорове життя, добробут та гідні умови праці, освіта [19].

Висновки і перспективи подальших розробок. Проведені дослідження дозволяють зробити наступні висновки та надати рекомендації щодо стратегічних пріоритетів державної політики, спрямованих на збереження людського капіталу в Україні:

1. Людський капітал є необхідною умовою забезпечення конкурентоспроможності економіки країни на світових ринках в умовах глобалізації, а також найважливішою характеристикою соціально-економічного розвитку регіонів.

2. Не зважаючи на вкрай складне соціально-економічне становище та військові дії на Сході країни, людський капітал в Україні певною мірою зберігає достатньо високий рівень. Україна залишається серед країн з високим рівнем людського розвитку. В 2017 році Індекс людського розвитку в Україні склав 0,751 та країна посіла 88 місце серед 189 країн у світовому рейтингу.

3. Індекс людського розвитку, в якому поєднуються індикатори рівня доходів, освіти та стану здоров'я, певною мірою дозволяє більш збалансовано оцінити прогрес країни на відміну від оцінки лише за показником ВВП на душу населення. Індексний метод оцінювання інтегрального регіонального людського розвитку відображає об'єктивні залежності між рівнем розвитку населення певної території та її економічним станом.

4. Нові підходи до вимірювання соціально-економічного розвитку регіонів, ухвалені Постановою КМУ № 1029 від 20.12.2017 р., наближують сучасну українську методику розрахунку ІРЛР до міжнародних стандартів, але значна кількість показників та складність статистичних процедур, що застосовуються до нормування первинних даних, поки що не дозволяють адекватно порівнювати індекси регіонального людського розвитку України з показниками співставних адміністративно-територіальних одиниць країн Європейського Союзу. Тому питання щодо наближення національної та зарубіжних методик залишаються відкритими і потребують подальших наукових досліджень.

5. Державна соціально-економічна політика України має бути спрямована на збереження людського капіталу, розвиток людського потенціалу країни та повинна передбачати такі пешочергові заходи:

– прискорення економічного розвитку і справедливий розподіл ресурсів;
– для реалізації успішної промислової політики в Україні важливо надати пріоритетне значення соціальним інвестиціям, які забезпечать найбільший соціально-економічний ефект від використання людських ресурсів відповідних найвищим конкурентним перевагам, пов'язаним з інноваційністю економіки. «Держава соціальних інвестицій» має виконати відповідальну організаційно-інституційну роль з використанням різноманітних заходів економічної політики, щоб стимулювати процес соціального інвестування в Україні на рівнях всіх суб'єктів цього процесу;
– створення нових робочих місць та гідних умов праці з метою повернення кваліфікованної робочої сили та молоді із-за кордону;
– формування сприятливого інвестиційного клімату;

– фінансування сфер освіти та охорони здоров'я на рівні країн з високим рівнем розвитку людського капіталу;
– встановлення гідних державних гарантій мінімального соціального забезпечення;
– модернізація освітньої сфери та надання закладам вищої освіти більшої автономії в питаннях формування освітніх програм для підготовки якісних кваліфікованих кадрів, необхідних для сучасного соціально-економічного розвитку країни;
– розвиток та поглиблення місцевого самоврядування, передача відповідним структурам та інституціям більших повноважень та необхідних фінансових ресурсів для вирішення актуальних соціальних завдань щодо розвитку людського потенціалу;
– регулювання та розробка системи заходів щодо скорочення масштабів і можливих негативних наслідків зовнішньої міграції висококваліфікованих спеціалістів.

Перспективи подальших досліджень полягають в уточненні та адаптації вітчизняної методики визначення індексу розвитку людського потенціалу до міжнародних норм, оскільки її застосування порівняно з методикою ООН призводить до різних результатів, а також у розробці наукової типізації груп регіонів за рівнем людського розвитку.

Література

1. Вересюк С. М. *Людський капітал України* : *проблеми і перспективи*. URL: http://www.rusnauka.com/27_NNM_2009/Economics/52989.doc.htm (дата звернення: 06.08.2018).
2. Гайдуцький А. П. *Масштаби трудової міграції українців за кордон* // Економіка та держава. 2007. № 8. С. 82–86.
3. Грішнова О. А. *Людський розвиток* : навч. посіб. К. : КНЕУ, 2006. 308 с.
4. Долішній М. І., Злупко С. М. *Соціально-трудовий потенціал : теорія і практика*. Ч. І. К. : Наукова думка, 1994. 263 с.
5. Лібанова Е.М. *Людський розвиток в Україні: інноваційний вимір* : кол. монографія / За ред. Е. М. Лібанової. К. : Ін-т демографії та соціальних досліджень НАН України, 2008. 316 с.
6. Іляш О. І. *Оцінка розвитку людського капіталу України* // Економіка і регіон. 2008. № 3 (18). С. 141–145.
7. Приймак В. І., Гинда С. М. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку людського капіталу в Україні* // Молодий вчений. 2015. № 7 (22). Ч. 1. URL: http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/7/20.pdf (дата звернення: 08.08.2018).
8. Мамаева В. Е. *Оценка человеческого потенциала региона с учетом развития интегрированных структур* // Международный научно-исследовательский журнал. 2017. № 9 (63). Ч. 1. С. 13−15.
9. *Социально-экономический потенциал региона* : монография / Под общ. ред. О. Ф. Балацкого. Сумы : Университетская книга, 2010. 364 с.
10. *Людський розвиток регіонів України* : *аналіз та прогноз* : кол. монографія / За ред. Е. М. Лібанової. К. : Ін-т демографії та соціальних досліджень НАН України, 2007. 367 с.
11. Макарова О. В. *Вимірювання людського розвитку в регіонах України* : *методологічні аспекти та оцінка результатів* // Економіка України. 2015. № 3 (640). С. 41−53.
12. Becker, G. (1964) *Human capital* : *theoretical and empirical analysis*. Columbia University Press, New York.
13. Коулман Дж. *Капитал социальный и человеческий* // Общественные науки и современность. 2001. № 3. С. 121–139.
14. *Human Development Indicators 2018 – Ukraine* // United Nations Development Programme – Human Development Reports. URL: http://hdr.undp.org/en/countries/profiles/UKR# (access date: 14.08.2018).
15. *Human Development Indicators and Indices* : *2018 statistical update team*. URL: http://hdr.undp.org/sites/default/files/2018_human_development_statistical_update.pdf (access date: 15.08.2018).
16. *Індекс людського розвитку* : *Україна посіла 88 позицію серед 189 країн*. URL: http://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/presscenter/pressreleases/2018/human-development-indices--where-does-ukraine-rank--.html (дата звернення: 17.08.2018).
17. *The Human Capital Project* // World Bank Group. URL: http://www.worldbank.org/en/publication/human-capital; https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/30498/33252.pdf?sequence=4&isAllowed=y (access date: 20.08.2018).
18. *Державна служба статистики України* : сайт. URL: http://www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 20.08.2018).

19. *Деякі питання удосконалення системи моніторингу та оцінки результативності реалізації державної регіональної політики* : Постанова Кабінету Міністрів України № 1029 від 20.12.2017 р. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1029-2017-п (дата звернення: 22.08.2018).

References

1. Veresyuk, S. M. *Human capital of Ukraine: problems and prospects* [Liudskyi kapital Ukrainy: problemy i perspektyvy], available at: http://www.rusnauka.com/27_NNM_2009/Economics/52989.doc.htm [in Ukrainian]
2. Gaidutskyi, A. P. (2007). *Scale of labor migration of Ukrainians abroad* [Masshtaby trudovoi mihratsii ukraintsiv za kordon], Ekonomika ta derzhava, No. 8, s. 82–86 [in Ukrainian]
3. Grishnova, O. A. (2006). *Human development* [Liudskyi rozvytok], KNEU, Kyiv, 308 s. [in Ukrainian]
4. Dolishniy, M. I., Zlupko, S. M. (1994). *Social and labor potential: theory and practice* [Sotsialno-trudovyi potentsial: teoriia i praktyka], Ch. I, Naukova dumka, 263 s. [in Ukrainian]
5. Libanova, E. M. (2008). *Human development in Ukraine: innovative dimension* [Liudskyi rozvytok v Ukraini: innovatsiinyi vymir: monohrafiia], Instytut demohrafii ta sotsialnykh doslidzhen NAN Ukrainy, Kyiv, 316 s. [in Ukrainian]
6. Ilyash, O. I. (2008). *Assessment of human capital development in Ukraine* [Otsinka rozvytku liudskoho kapitalu Ukrainy], Ekonomika i rehion, No. 3 (18), s. 141–145 [in Ukrainian]
7. Priyamak, V. I., Gynda, S. M. (2015). *Actual problems and prospects of human capital development in Ukraine* [Aktualni problemy ta perspektyvy rozvytku liudskoho kapitalu v Ukraini], Molodyi vchenyi, No. 7 (22), Ch. 1, available at: http://molodyvcheny.in.ua/ files/journal/2015/7/20.pdf [in Ukrainian]
8. Mamaeva, V. E. (2017). *Evaluation of region human potential with considering of integrated structures development* [Otsenka chelovecheskogo potentsiala regiona s uchetom razvitiya integrirovannykh struktur], Mezhdunarodnyy nauchno-issledovatelskiy zhurnal, No. 9 (63), Ch. 1, s. 13–15 [in Russian]
9. *Social and economic potential of the region:* monograph (2010). Ed. by O. F. Balatskiy [Sotsialno-ekonomicheskiy potentsial regiona: monografiia; pod red. O. F. Balatskogo], Universitetskaya kniga, Sumy, 364 s. [in Russian]
10. *Human development of Ukrainian regions: analysis and forecast:* collective monograph (2007). Ed. by E. M. Libanova [Liudskyi rozvytok rehioniv Ukrainy: analiz ta prohnoz; za red. E. M. Libanovoi: kolektyvna monohrafiia], Instytut demohrafii ta sotsialnykh doslidzhen NAN Ukrainy, Kyiv, 367 s. [in Ukrainian]
11. Makarova, O. V. (2015). Measurement of human development in the regions of Ukraine: methodological aspects and results evaluation [Vymiriuvannia liudskoho rozvytku v rehionakh Ukrainy: metodolohichni aspekty ta otsinka rezultativ], Ekonomika Ukrainy, No. 3 (640), s. 41–53 [in Ukrainian]
12. Becker, G. (1964). *Human capital: a theoretical and empirical analysis*, Columbia University Press, New York.
13. Koulman, Dzh. (2001). *Social and human capital* [Kapital sotsialnyy i chelovecheskiy], Obshchestvennye nauki i sovremennost, No. 3, s. 121–139 [in Russian]
14. *Human Development Indicators 2018 – Ukraine*, United Nations Development Programme, Human Development Reports, available at: http://hdr.undp.org/en/countries/profiles/UKR#.
15. Human Development Indicators and Indices: 2018 Statistical Update Team, available at: http://hdr.undp.org/sites/default/files/2018_human_development_statistical_update.pdf.
16. *Human Development Index: Ukraine ranked 88th among 189 countries* [Indeks liudskoho rozvytku: Ukraina posila 88 pozytsiiu sered 189 krain], available at: http://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/presscenter/pressreleases/2018/human-development-indices--where-does-ukraine-rank--.html [in Ukrainian]
17. *The Human Capital Project*, World Bank Group, available at: http://www.worldbank.org/en/publication/human-capital; https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/30498/33252.pdf?sequence=4&isAllowed=y.
18. *State Statistics Service of Ukraine*: website [Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy: ofitsiinyi sait], available at: http://www.ukrstat.gov.ua [in Ukrainian]
19. *Some issues of monitoring system improving and evaluation of ffectiveness implementation of the state regional policy:* Law of Ukraine, No. 1029, 20.12.2017 [Deiaki pytannia udoskonalennia systemy monitorynhu ta otsinky rezultatyvnosti realizatsii derzhavnoi rehionalnoi polityky: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy, No. 1029, 20.12.2017], available at: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1029-2017-п [in Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 12.09.2018. Прийнята до друку 28.09.2018.

УДК 331.108.2

Олена Борисівна ТРИНЧУК
кандидат психологічних наук, старший викладач кафедри управління персоналом та економіки праці, Одеський національній економічний університет, Україна, e-mail: elenatrinchuk@gmail.com, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-5166-8866

ДОСЛІДЖЕННЯ АНАЛІТИЧНИХ ПОКАЗНИКІВ У ПРАКТИЦІ РОБОТИ ВІДДІЛІВ З ПЕРСОНАЛУ

Тринчук, О. Б. Дослідження аналітичних показників у практиці роботи відділів з персоналу // 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. № 3 (67). С. 199–207.

Анотація. *У статті обґрунтовано впровадження у HR-практику сучасних показників ефективності роботи підрозділів по роботі з персоналом, проаналізовано яким чином вони впливають на результативність діяльності підприємства в цілому. Переосмислено та уточнено місце і роль HR-аналітики в управлінні персоналом на сучасному підприємстві. Стаття узагальнює дослідження по застосуванню HR-показників, уточнює, як вони дозволяють відслідковувати та оцінювати продуктивність роботи відділів з персоналу на різних рівнях і, зрештою, прогнозувати та оцінювати результати їх роботи. Цей сучасний інструмент в роботі HR-підрозділів наразі використовується в провідних міжнародних компаніях і дає дуже позитивні результати, однак нажаль дуже мало застосовується в практиці українського бізнесу. Систематизовано та описано основні HR-показники, обґрунтовано їх активне впровадження в практику, що дозволить здійснювати виконавчий нагляд за HR-процесами та підвищити їх ефективність і керованість. Впровадження регулярної звітності по HR-метриках є ефективним інструментом для управління будь-яким відділом по роботі з персоналом, за умови, що обрані метрики повинні бути тісно пов'язані з галуззю, бізнесом і стратегією конкретного підприємства. У статті також проаналізовано проблеми застосування в практикці сучасних вітчизняних підприємств HR-метрик. Різноманітність функцій і завдань підрозділів по роботі з персоналом, відсутність практики накопичення первинних даних, які адаптовані до напрямку галузі підприємства, дуже ускладнюють метричний аналіз результативності HR-діяльності в цілому. Саме тому виникає необхідність опису і систематизації показників HR-діяльності з метою полегшення їх інтеграції в роботу сучасного HR-відділу.*

Ключові слова: *HR-практика; HR-аналітика; HR-метрики; HR-процеси; результативність; ефективність; витрати на персонал; плинність персоналу.*

Елена Борисовна ТРИНЧУК
кандидат психологических наук, старший преподаватель кафедры управления персоналом и экономики труда, Одесский национальный экономический университет, Украина, e-mail: elenatrinchuk@gmail.com, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-5166-8866

ИССЛЕДОВАНИЕ АНАЛИТИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ В ПРАКТИКЕ РАБОТЫ ОТДЕЛОВ ПО ПЕРСОНАЛУ

Тринчук, Е. Б. Исследование аналитических показателей в практике работы отделов по персоналу // 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. № 3 (67). С. 199–207.

Аннотация. *В статье обосновано внедрение в HR-практику современных показателей эффективности работы подразделений по работе с персоналом, проанализировано каким образом они влияют на результативность деятельности предприятия в целом. Переосмыслены и уточнены место и роль HR-аналитики в управлении персоналом на современном предприятии. Статья обобщает исследования по применению HR-показателей, уточняет, как они позволяют отслеживать и оценивать продуктивность работы отделов по персоналу на разных уровнях и, в конечном счете, прогнозировать и оценивать результаты их работы. Этот современный инструмент в работе HR-подразделений уже используется в ведущих международных компаниях и дает весьма позитивные результаты, однако очень мало применяется в практике украинского бизнеса. Систематизированы и описаны основные HR-показатели и обосновано их активное внедрение в практику, что позволит осуществлять исполнительный надзор за HR-процессами и повысить их эффективность и управляемость. Внедрение регулярной отчетности по HR-метрикам является эффективным инструментом для управления любым отделом по работе с персоналом, при условии, что выбранные метрики должны быть тесно связаны с отраслью, бизнесом и стратегией конкретного*

© ТРИНЧУК О.Б., 2018

предприятия. В статье также проанализированы трудности внедрения в практику современных национальных предприятий HR-метрик. Разнообразие функций и задач подразделений по работе с персоналом, отсутствие практики накопления первичных данных, которые адаптированы к направлению отрасли предприятия, очень затрудняют метрический анализ результативности HR-деятельности в целом. Именно поэтому возникает необходимость описания и систематизации показателей HR-деятельности с целью облегчения их интеграции в работу современного HR-отдела.

Ключевые слова: *HR-практика; HR-аналитика; HR-метрики; HR-процессы; результативность; эффективность; затраты на персонал; текучесть персонала.*

Olena TRYNCHUK
PhD in Psychological, Senior Lecturer, Department of Personnel Management and Labor Economics, Odessa National Economic University, Ukraine, e-mail: elenatrinchuk@gmail.com, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-5166-8866

RESEARCH OF ANALYTICAL INDICATORS IN THE WORK PRACTICE OF PERSONNEL DEPARTMENTS

Trynchuk, O. (2018). Research of analytical indicators in the work practice of personnel departments. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Doslidzhennia analitychnykh pokaznykiv u praktytsi roboty viddiliv z personalu; za red.: M. I. Zvieriakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; Vìsnik socìal'no-ekonomìčnih doslìdžen' (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 3 (67), pp. 199–207.

Abstract. *The article substantiates an implementation into HR-practice of modern efficiency indicators of human resources departments work, and analyzes how they affect at enterprise performance as a whole. The HR-analytics place and role in personnel management at the modern enterprise are reconsidered and clarified. The article summarizes the studies of HR-indicators using, clarifies how they allow to monitor and evaluate of the personnel departments productivity at different levels and, ultimately, to predict and evaluate of their work results. This modern tool in the work of HR-departments is already used in leading international companies and gives a very positive results, but he is very little used in Ukrainian business practice. The main HR-indicators are systematizes and describes and their active implementation in practice is justified, which will allow an executive oversight of HR-processes and improve their efficiency and manageability. The regular reporting on HR-metrics implementation is an effective tool for any HR-department managing, given that the selected metrics should be closely connected with the industry, business and strategy of a particular enterprise. The article also analyzes the HR-metrics implementation difficulties in modern national enterprises practice. In general, the functions variety and the human resources departments tasks, the lack of primary data accumulation practices, which adapted to the enterprise's industry sector direction, it very difficult the metric analysis of HR-activities effectiveness. That is why there is a need to describe and systematize the HR-activity indicators in order to facilitate their integration into the modern HR-department work.*

Keywords: *HR-practice; HR-analytics; HR-metrics; HR-processes; performance; efficiency; staff costs; staff turnover.*

JEL classification: *M540*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Персонал є одним із ресурсів компанії, такий самий, як виробничі лінії, транспорт, грошові кошти. Завжди важливо розуміти, наскільки ефективно компанія використовує цей ресурс і як це робити краще. Аналітика персоналу стає стратегічною конкурентною перевагою сучасних організацій. Компанії, які будуть розвивати цей напрям, зможуть перевершити конкурентів, використовуючи свої трудові ресурси найкращим способом.

Аналітика персоналу не має відношення до стеження і втручання в приватне життя. Це не читання особистої пошти й не прослуховування дзвінків – це збір інформації та її аналіз. Одним із корисних інструментів в роботі з персоналом є HR-метрики – показники, що дозволяють оцінити чи виміряти HR-процеси в компанії, проаналізувати ефективність управління персоналом в цілому.

Звертаючись до практики аналізу показників ефективності управління персоналом в іноземних компаніях, можна провести порівняльний аналіз їх застосування в різних країнах світу.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. В останні десятиліття перед науковцями особливо гострим постало питання щодо оцінки ефективності HR-діяльності. Дослідженню проблем становлення кадрового менеджменту та оптимізації діяльності кадрових служб, сутності та змісту їх роботи присвячено праці вітчизняних та зарубіжних учених таких, як: Х. Т. Грехем, Р. Беннет [1], Дж. Стредвик [2], Д. Торрингтон [3], А. Я. Кібанова [4], Ю. Г. Одегова [5, с.16–21], Е. А. Петренко [6, с.102–110] та ін.

Управлінню персоналом приділяється достатня увага з боку науковців, як теоретиків, так і практиків. Поряд з цим, низка існуючих сьогодні проблем ускладнює відсутність відповідності статусу HR-служби в структурі підприємства і функцій та завдань, що на неї покладені. Фінансування такої служби часто відбувається за залишковим принципом, що можливо пов'язано з відсутністю емпіричних досліджень про важливість впливу роботи HR-служби на результати діяльності організацій загалом. Відсутність підтверджень того, які саме HR-функції є найбільш важливими і значущими в системі управління персоналом сприяє не поширеності використання HR-аналітик підприємствами, що працюють на українському ринку [6].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Сьогодні, інтерес до даної теми привертає увагу багатьох фахівців з персоналу та науковців, оскільки існує потреба, але відсутній системний досвід та практичні рекомендації щодо використання HR-показників. Поза увагою залишаються прикладні питання щодо можливостей і перспектив використання HR-аналітики на сучасних підприємствах України.

Існують й інші проблеми, з якими стискаються вчені в подібних дослідженнях. По-перше, управління персоналом містить комплекс різного роду взаємопов'язаних елементів (підбір, мотивацію, кадрову стратегію, лояльність, розвиток, залучення та ін.), у зв'язку з чим виникають складнощі з вибором таких елементів для проведення дослідження. По-друге, виникають труднощі з вибором показників, що пов'язують результативність управління персоналом і успішну діяльність організації загалом. По-третє, існує проблема доступу до персональної інформації робітників, яка в більшості випадків є конфіденційною, в результаті чого ускладнюється вивчення оцінки впливу управління персоналом на ефективність діяльності організацій та її бізнес-процесів.

У зв'язку з цим, коло завдань, пов'язаних із теоретичними і практичними аспектами використання HR-аналітики та її імплементації в управління персоналом організації, визначило мету дослідження.

Постановка завдання. Мета статті полягає у визначенні сутності HR-аналітики, аналізі підходів, тенденцій використання та перспектив розвитку цифрових кадрових технологій в управлінні персоналом підприємств, в проведені порівняльного аналізу вітчизняного та зарубіжного досвіду практичного застосування аналізу HR-показників.

Виклад основного матеріалу дослідження. HR-аналітика – це системний збір та аналіз інформації, пов'язаної з управлінням персоналом для вироблення управлінських рішень, які вирішують бізнес-завдання [8]. Якщо простіше, HR-аналітика – це використання даних і аналітичних інструментів для отримання інформації про людей, що дозволяє швидше, точніше і головне впевненіше приймати важливі ділові рішення. Опитування MIT Sloan Management Review в партнерстві з IBM Institute for Business Value майже 3000 керівників, менеджерів і аналітиків, які працюють в більш ніж 30 галузях в 100 країнах, показало, що найефективніші компанії використовують аналітику в п'ять разів частіше, ніж інші.

Вперше термін «HR-аналітика» був використаний у статті «HR Metrics and Analytics: Use and Impact» авторів E. Lawler, A. Levenson, J. Boudreau в журналі Human Resource Planning (2004 р.). Сфера її застосування досить широка: це і отримання інформації для прийняття управлінських рішень, і дані для оптимізації бізнес-процесів, і можливість виявити та усунути причину будь-якої проблеми тощо.

Питання ефективності є одним із ключових практично у всіх бізнес-процесах. Якщо в умовах обмежених ресурсів потрібно зробити вибір: на що все-таки краще витратити кошти,

то без вимірювання ефективності це неможливо зробити. Це стосується і HR-служб. У зв'язку зі зростанням вимог до результативного управління персоналом на підприємствах актуальним стає питання про те, як оцінити діяльність кадрової служби, щоб визначити необхідну кількість її співробітників і оцінити ефективність їх діяльності. При цьому оцінка служб з управління персоналом повинна бути пов'язана із завданнями підприємства і стимулювати фахівців з персоналу до найбільш ефективного виконання своєї роботи.

Підтвердженням особливої уваги до цього процесу на сьогодні є звіт компанії Deloitte «Глобальні HR тренди 2017»: «HR-аналітика зазнає сейсмічний вибух. Натхненні широким впровадженням хмарних HR-систем, компанії вкладають значні кошти в програми використання даних у всіх аспектах планування персоналу, управління талантами і вдосконалення операційної діяльності» [9].

За результатами Міжнародного дослідження Deloitte «Тенденції у сфері управління персоналом – 2018» можна також зробити висновки про зростання використання HR-аналітики у сучасних відділах з персоналу: «Напрямок застосування аналізу даних про працівників швидко розвивається, з'являються нові можливості для створення ефективних процесів підбору, управління, утримання та оптимізації робочої сили… За останні роки важливість цього інструмента надзвичайно зросла. 84% респондентів цьогорічного дослідження оцінили питання аналізу даних про працівників як «важливе» або «дуже важливе» (цей тренд є другим за рівнем важливості серед усіх десяти трендів цього року) [10].

Не зважаючи на світові тренди, HR-керівники українських компаній, як і раніше, намагаються приймати рішення, спираючись на власний досвід та інтуїцію, що є великим ризиком. Адже ціна локальної помилки в масштабах усієї компанії може бути надто високою. Сучасна ж HR-аналітика виключає психологічні та суб'єктивні чинники, що дозволяє ухвалювати більш зважені рішення, підкріплені не лише професійним «чуттям», але й інформацією з аналітичних систем.

Поняття «метрики» широко використовується в англомовній літературі для ідентифікації всіх числових показників. Зокрема, всесвітній ресурс «Вікіпедія» [11] трактує метрики як: стандартні одиниці виміру (метр, тонна, літр); частину системи параметрів, систему вимірювання, чи набір правил для періодичного проведення кількісних вимірів/оцінки/контролю. Узагальнюючи вищезгадані підходи, можна трактувати HR-метрики як систему показників результативності персоналу в розрізі організаційної структури компанії, що підлягає періодичній оцінці й вимірюванню та використовується при розробці HR-стратегії.

В українських компаніях найбільш популярні загальні статистичні HR-метрики, що характеризують людські ресурси, які знаходяться в розпорядженні компанії: середньооблікова кількість штатних співробітників, середній вік працівників в організації, сегментація співробітників за статтю, віком, стажем роботи в компанії, освітньо-кваліфікаційним рівнем, відсоток закриття вакансій (відношення кількості закритих вакансії до загальної кількості відкритих цього місяця), плинність персоналу (відношення кількості звільнених працівників до загальної кількості персоналу), фонд оплати праці (якщо є доступ до цієї інформації). Ці показники легко порахувати, оскільки вони пов'язані з основними процесами роботи більшості менеджерів з персоналу такими як підбір персоналу та оформлення кадрової документації, в тому числі звільнення.

Набагато рідше в українських компаніях зустрічаються HR-метрики з урахуванням показників, якими оцінюється якість людських ресурсів і ефективність їх використання – метрики HR-ефективності: витрати часу на підбір кандидата/закриття вакансії, успішність проходження кандидатами випробувального терміну, тривалість роботи співробітника в компанії, фінансові витрати на підбір персоналу (всього/на одну людину), вартість навчання і розвитку персоналу (всього/на одну людину), вартість людиногодини (витрати на персонал/кількість відпрацьованих годин), вартість одиниці продукції (заробітна

плата/кількість виготовленої продукції), сума витрат на компенсації і пільги (витрати компанії на непрямі форми оплати праці).

Для іноземних компаній характерні зовсім інші показники, які дозволяють більше відслідковувати і оцінювати продуктивність роботи на різних рівнях і, зрештою, передбачати її результати: витрати на HR, зворотній зв'язок HR, управління проблемами (скільки скарг було зареєстровано по HR, середній термін розгляду скарги, юридичні витрати, пов'язані з HR питаннями, розрахункові витрати і штрафні санкції), коефіцієнт найму, час циклу найму, задоволеність менеджерів процесом найму, продуктивність одного співробітника, прибуток на одного співробітника, коефіцієнт проблемних співробітників, рівень реабілітації проблемних співробітників, рівень утримання ключових співробітників, вартість ключових співробітників, задоволеність роботою співробітників, задоволеність винагородою, вартість навчання на одного співробітника, гендерна різноманітність тощо.

Можна нарахувати більш ніж 70 HR-метрик у світовій практиці. Метрики обираються згідно з галуззю, бізнесом і стратегією компанії, в якій вони застосовуються. У практиці українських компаній застосовується не більш ніж 10–20 метрик, більшість з котрих перераховано вище.

Посилаючись на результати дослідження актуальності використання HR-аналітики в українських компаніях Академії ДТЕК у 2017 році можна констатувати, що майже половина співробітників з різних галузей економіки (49%) вважає, що за рівнем зрілості аналітичних даних їх компанія знаходиться на початковому рівні. Робота з даними в компаніях на цьому рівні зводиться лише до підготовки стандартних звітів за запитом бізнесу, проведення описової аналітики.

Кожен четвертий співробітник із опитуваних (24%) відносить свою компанію до другого рівня зрілості, на якому функція HR-аналітики полягає в проактивному (випереджаючому) формуванні звітів, що дозволяють приймати бізнес-рішення, проводити порівняльний аналіз з бізнес-конкурентами (внутрішніми і зовнішніми).

Пошук причин, статистичних зв'язків, закономірностей, впливу і факторів починається з третього рівня зрілості HR-аналітики. На думку всього 16% співробітників, їх компанії знаходиться на цьому рівні аналітики даних, де застосовується вже статистичний аналіз для пошуку рішень бізнес-проблем. У таких компаніях на перевага надається моделюванню, сегментуванню і оцінці ефективності.

На четвертому рівні знаходиться меншість компаній. Кожен десятий співробітник (11%) вказує, що їх компанія займається прогнозною аналітикою: побудовою прогнозних моделей для вирішення бізнес-завдань, а також прогнозного моделювання для вирішення майбутніх викликів [12].

Таким чином, переважна більшість українських компаній знаходиться між першим і другим рівнем, ближче до першого. Деякі з відомих великих транснаціональних корпорацій можна віднести до другого рівня. Одиниці, такі як L'Oreal, перебуваючи між другим і третім рівнем, використовують інтелектуальні моделі довгострокової потреби в персоналі та статистичний аналіз.

Наведемо приклади самих розповсюджених HR-метрик в українських компаніях та порівняємо їх застосування у світовій практиці. На українських підприємствах у зв'язку з переходом від управління кадрами до управління персоналом актуалізувалися два питання: якою має бути чисельність служби, щоб у нових реаліях ефективно справлятися з функціоналом, і як оцінити ефективність її діяльності?

Відносно першого питання можна застосувати метод визначення чисельності працівників кадрової служби, що характеризує кількість об'єктів, тобто працівників організації, що обслуговуються одним співробітником служби управління персоналом. У різних країнах коефіцієнт обслуговування залежить від традицій в галузі управління персоналом, особливостей кадрової політики підприємств і кількості напрямків у роботі із співробітниками (рис. 1).

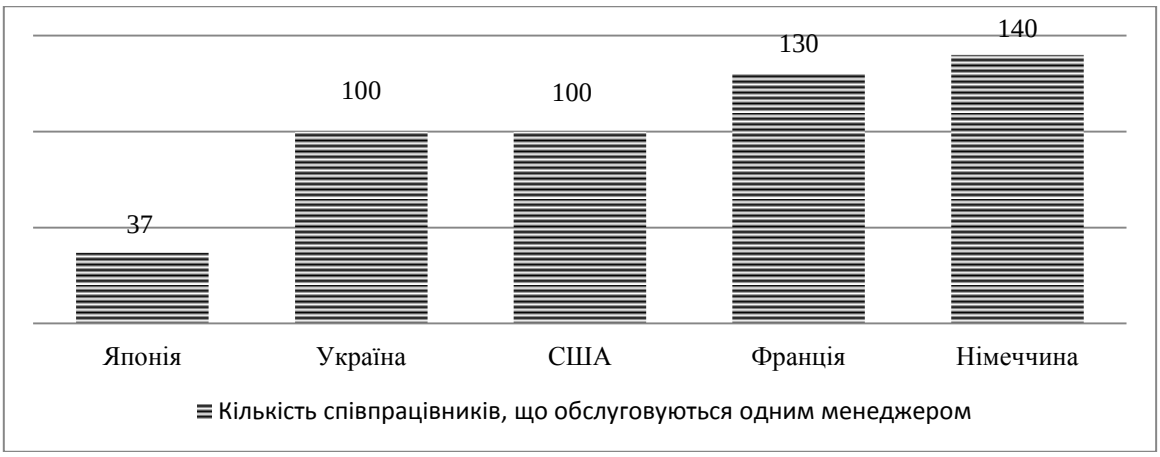


Рис. 1. Кількість співробітників, що обслуговуються одним HR-фахівцем у різних країнах [13]

Як можна побачити, найменший коефіцієнт обслуговування спостерігається в Японії, де на кожну сотню працюючих в організації доводиться 2,7 співробітників кадрової служби. Максимальне навантаження на HR-фахівців у Німеччині, де на кожні 130–150 працівників функціонує один співробітник HR-служби. На підприємствах України склалися середньостатистичні показники – у середньому на 100 співробітників один HR-спеціаліст [4].

Щодо питання про критерії оцінки ефективності діяльності HR-служби в Україні, то ця практика ще остаточно не скалася. Згідно з даними аналітичних досліджень лише близько 64% українських підприємств (59% з них – представники великого бізнесу і 31% – середній бізнес) здійснюють оцінку діяльності кадрових служб на регулярних підставах (33%), або періодично (31%). Причому реалізують оцінку HR-фахівців у рамках комплексного стратегічного аудиту або після великих провалів компанії. На систематичну оцінку діяльності HR-служб орієнтована дуже невелика кількість компаній, тому що подібна робота пов'язана з серйозними труднощами. Наприклад, навіть маючи можливість вибудувати чітку та конкретну оцінку фахівців з персоналу, практики відзначають, що ефективність їх діяльності найчастіше опосередкована масою факторів, що не залежать від співробітників служби. Це ситуація на зовнішньому ринку праці, рівень оплати праці на підприємстві, нестабільна соціально-економічна ситуація в регіоні та ін.

Потрібно з'ясувати чому компанії не використовують HR-аналітику. З опитування MIT і IBM, яке проводилось серед 3000 керівників, частіше всього компанії просто не знають, з чого почати [12]. Інакше кажучи, немає стартової точки для початку роботи щодо накопичування та аналізу первинних даних. До цього можна додати, що головними перешкодами для поширення аналітики в українських компаніях є відсутність розуміння, як використовувати аналітику для посилення бізнесу та відсутність необхідних навичок і знань менеджерів з персоналу, які повинні цю аналітику впроваджувати.

Представники міжнародних шкіл з HR-аналітики пропонують компаніям, які зацікавлені у більш ефективній роботі своїх відділів з персоналу, зробити перші п'ять кроків щодо впровадження цього процесу [14]:

1. Визначитися з проблемами, які вони хотіли б вирішити в секторі HR. Деякі HR-показники, з яких можна розпочати аналіз ефективності роботи HR-підрозділу: коефіцієнт звільнень, час найму, ступінь плинності кадрів, кадрова різноманітність, дохід на одного співробітника за повний робочий день, сума оплати за понаднормову роботу, співвідношення між постійними і тимчасовими працівниками.
2. Визначення даних, які відповідають на ці запитання. Необхідно почати збирати дані про залученість, опитування та інтерв'ю. Потрібно розширити збір даних на інші бізнес-системи і департаменти, почати збір важливих фінансових показників і досліджень ринку.

До них належать оборот, ефективність продажів, гроші, витрачені на дослідження ринку і навчання.

3. Залучення інструментів, які можна використовувати для автоматичного здійснення цього процесу. Наприклад, на сучасному ринку представлені такі системи: IMB Websphere Data Stage і Cognos Data Manager або Microsoft SQL Server Integration Services.
4. Інтеграція результатів в бізнес-процеси компанії. Необхідно встановити зв'язок між HR-даними та іншими бізнес-показниками.
5. Здійснення регулярного аналізу. HR-аналітика повинна виконуватися регулярно, інакше в більшості випадків вона буде неактуальною та неможливо буде скористатися її перевагами.

Для оцінки якості виконання HR-функцій необхідно аналізувати бізнес-процеси в компанії і оцінювати безпосередньо лінійних менеджерів, HR-службу або інші підрозділи організації за виконання тієї чи іншої функції. Крім того, можуть застосовуватися показники, які ґрунтуються на суб'єктивній експертній грошовій оцінці зацікавлених сторін. Так, в зарубіжних дослідженнях, присвячених вивченню HR-системи компаній, досить часто використовуються суб'єктивні оцінки їх працівників. Працівники оцінюють якість або однієї з HR-функцій, або комбінацію з декількох функцій: набір і відбір, навчання і розвиток, оцінка персоналу, стимулювання [13].

Зі зміною ринкової ситуації, фази розвитку організації або стратегії компанії, затверджений набір HR-метрик варто оперативно переглядати та замінювати або доповнювати новими показниками (критеріями). Окремі метрики доповнюють одна одну, допомагаючи скласти системне уявлення про ситуацію в компанії. Важливими для успіху є регулярність і системність збору статистичних даних, адже цінні не самі по собі розрізнені цифри або поодинокі факти, а результати їх порівняння протягом певних періодів часу. Розуміння динаміки зміни показників дозволяє виявити ключові фактори і зрозуміти причини подій, побачити наявні тенденції і навіть передбачити майбутні. Наприклад, порівняння витрат на навчання і розвиток персоналу з ростом показників продуктивності праці дозволяє оцінити ефективність вкладень в людський капітал компанії. При цьому потрібно пам'ятати, що без даних регіональних і галузевих досліджень (порівняння компанії з її прямими конкурентами або кращими в галузі) внутрішньокорпоративні показники малоінформативні.

Наприкінці можна додати, що прогностична HR-аналітика навряд чи буде корисною для компаній, які мають невеликий штат з постійними співробітниками протягом десятиліть. Найбільш ефективною ця система є для підприємств, в яких працює більше 50-ти працівників, а коефіцієнт плинності кадрів перевищує 20%.

Висновки і перспективи подальших розробок. Проаналізувавши кращі практики провідних українських та іноземних компаній, можна зробити висновок, що HR-аналітика в нашій країні все ж таки активно розвивається. Україна ще значно відстає від іноземних компаній не тільки за кількістю використання, а, у тому числі, й за функціональною направленістю HR-аналітики, проте в найближчі 3–5 років нас чекає революція в застосуванні цього інструменту аналізу. Деякі компанії впроваджують зміни самостійно, а інші звертаються до провайдерів. До того ж, без аналітичних навичок і підготовки у цій сфері вже не обходиться жоден просунутий HR-фахівець.

HR-аналітика є невід'ємною частиною управління даними, а її впровадження може дати позитивну віддачу для будь-якої організації. Але, як було показано вище, управління, аналіз та інтерпретація даних дуже не прості в реалізації на практиці. Успішна HR-аналітика заснована на розумінні того, що не розмір виміряних даних призводить до результату, а скоріше вплив даних на прийняття рішень в організації. HR-аналітика є необхідним і цінним інструментом для аналізу не тільки для HR-підрозділу, вона також може створити цінність для всієї організації.

Перспективами подальших розробок у сфері аналізу та використання HR-аналітики може стати формування індивідуальної аналітики для персоналу організації, що сприятиме їх

спроможності приймати найкращі особисті та ділові рішення в рамках робочого середовища, яке постійно змінюється, оскільки на сьогоднішній час залученість співробітників, зміна продуктивності на робочому місці посідають головне місце в успіху компанії.

Література

1. Грехем Х., Беннет Р. *Управление человеческими ресурсами* : учеб. пособ. / Пер. с англ. Т. Ю. Базарова, Б. Л. Еремина. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 598 с.
2. Стредвик Дж. *Управление персоналом в малом бизнесе* / Пер. с англ.; под ред. В. А. Спивака. СПб. : Нева, 2003. 288 с.
3. Торрингтон Д., Холл Л., Тэйлор С. *Управление человеческими ресурсами* : учеб. / Пер. с англ. М. : Дело и Сервис, 2004. 752 с.
4. Кібанов О. Я. *Управління організацією* : енциклопедичний словник. К. : ВД ЛІБРА, 2014. 327 с.
5. Одегов Ю. *Інструменти оцінки ефективності роботи з управління персоналом* // Кадровик. Кадровий менеджмент. 2017. № 6. С. 16–21.
6. Петренко Е. А. *Система управління персоналом комерційних підприємств* // Управління розвитком персоналу. 2018. № 02 (26). С. 102–110.
7. Погодіна Г. В. *Подвійний ефект : управління персоналом в соціальному і економічному аспектах* // Довідник кадровика. 2016. № 1. С. 103–106.
8. Левичев Ю., Ворогушин Е. *HR-аналитика* : *основные тенденции, вызовы и практика*, 2017 // Международная аналитическая компания «Price Waterhouse Coopers» (PwC). URL: https://www.pwc.ru/ru/publications/HR-analytics.pdf (дата обращения: 23.07.2018).
9. *HR-аналитика* : *пересмотр направления*. Глава 8 отчета Международной консалтинговой компании «Deloitte Touche Tohmatsu Limited», 2017. URL: https://www2.deloitte.com/ insights/us/en/focus/human-capital-trends/2017/people-analytics-in-HR.html (дата обращения: 25.07.2018).
10. *Тенденції у сфері управління персоналом – 2018* // Міжнародне дослідження консалтингової компанії «Deloitte Touche Tohmatsu Limited». URL: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ ua/Documents/human-capital/Deloitte-Global-Human-Capital-Trends-2018-10.pdf (дата звернення: 02.08.2018).
11. *Human resource management system.* URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Human_resource_ management_system (access date: 06.08.2018).
12. Бондаренко Е. *HR-аналітика в українських компаніях* // HR ЛІГА : співтовариство кадровиків та фахівців з управління персоналом. URL: https://hrliga.com/index.php?module=profession&op= view&id=1844 (дата звернення: 06.08.2018).
13. *Порівняльний аналіз українського промислового сектору з іншими країнами* : аналітичний звіт Центру економічних досліджень Київської фінансово-промислової академії // Промисловець України. 2017. № 2. С. 30–31.
14. Татула Б. Е. *Проблеми оцінки ефективності управління персоналом* // Корпоративний менеджмент. 2015. URL: http://www.cfin.ru/bandurin/article/sbrn05/21.shtml (дата звернення: 08.08.2018).

References

1. Graham, H., Bennett, R. (2003). *Human resource management.* Trans. from Eng. T. Yu. Bazarova, B. L. Eremina [Upravlenie chelovecheskimi resursami; per. s angl. T. Yu. Bazarova, B. L. Eremina], UNITI-DANA, Moskva, 598 s. [in Russian]
2. Stredwick, J. (2003). *Managing people in a small business.* Trans. from Eng. Ed. by V. A. Spivak [Upravlenie personalom v malom biznese; per. s angl. pod red. V. A. Spivaka], Neva, Sankt-Peterburg, 288 s. [in Russian]
3. Torrington, D., Hall, L., Taylor, S. (2004). *Human resource management.* Trans. from Eng. [Upravlenie chelovecheskimi resursami; per. s angl.], Delo i Servis, Moskva, 752 s. [in Russian]
4. Kibanov, O. Ya. (2014). *Organization management:* encyclopedic dictionary [Upravlinnia orhanizatsieiu: entsyklopedychnyi slovnyk], LIBRA, Kyiv, 327 s. [in Ukrainian]
5. Odegov, Yu. (2017). *Tools for effectiveness assessing of human resources management* [Instrumenty otsinky efektyvnosti roboty z upravlinnia personalom], Kadrovyk, Kadrovyi menedzhment, No. 6, s. 16–21 [in Ukrainian]
6. Petrenko, E. A. (2018). *Personnel management system of commercial enterprises* [Systema upravlinnia personalom komertsiinykh pidpryiemstv], Upravlinnia rozvytkom personalu, No. 02 (26), s. 102–110 [in Ukrainian]

7. Pogodina, G. V. (2016). *Double effect: personnel management in social and economic aspects* [Podviinyi efekt: upravlinnia personalom v sotscialnomu i ekonomichnomu aspektakh], Dovidnyk kadrovyka, No. 1, s. 103–106 [in Ukrainian]
8. Levichev, Yu., Vorogushin, E. (2017). *HR-analytics: main trends, challenges and practice,* International analytical company «Price Waterhouse Coopers» (PwC) [HR analitika: osnovnye tendentsii, vyzovy i praktika, Mezhdunarodnaya analiticheskaya kompaniya «Price Waterhouse Coopers» (PwC)], available at: https://www.pwc.ru/ru/publications/HR-analytics.pdf [in Russian]
9. *HR-analytics: direction revision.* International Consulting Company «Deloitte Touche Tohmatsu Limited»: report, Ch. 8 [HR-analitika: peresmotr napravleniya], Glava 8 otcheta Mezhdunarodnoy konsaltingovoy kompanii «Deloitte Touche Tohmatsu Limited», available at: https://www2.deloitte.com/ insights/us/en/focus/ human-capital-trends/2017/people-analytics-in-HR.html [in Russian]
10. *Trends in human resources management – 2018.* International research consulting company «Deloitte Touche Tohmatsu Limited» [Tendentsii u sferi upravlinnia personalom – 2018], Mizhnarodne doslidzhennia konsaltynhovoi kompanii «Deloitte Touche Tohmatsu Limited», available at: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ua/Documents/human-capital/Deloitte-Global-Human-Capital-Trends-2018-10.pdf [in Ukrainian]
11. *Human resource management system,* available at: http://en.wikipedia.org/wiki/Human_resource_ management_system.
12. Bondarenko, E. *HR-analytics in Ukrainian companies* [HR-analityka v ukrainskykh kompaniiakh], HR LIGA: spivtovarystvo kadrovykiv ta fakhivtsiv z upravlinnia personalom], available at: https://hrliga.com/index.php?module=profession&op= view&id=1844 [in Ukrainian]
13. *Comparative analysis of Ukrainian industrial sector with other countries:* Economic Research Center analytical report of Kyiv Financial-Industrial Academy (2017) [Porivnialnyi analiz ukrainskoho promyslovoho sektora z inshymy krainamy], Analitychnyi zvit Tsentru ekonomichnykh doslidzhen Kyivskoi finansovo-promyslovoi akademii, Promyslovets Ukrainy, No. 2, s. 30–31 [in Ukrainian]
14. Tatula, B. E. (2015). *Problems of personnel management efficiency evaluation* [Problemy otsinky efektyvnosti upravlinnia personalom], Korporatyvnyi menedzhment, available at: http://www.cfin.ru/ bandurin/article/sbrn05/21.shtml [in Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 14.08.2018. Прийнята до друку 30.08.2018.

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

УДК 336.71:658.8

Вікторія Григорівна ПІДДУБНА
аспірант кафедри банківської справи, Одеський національний економічний університет, Україна,
e-mail: poddubnaya.vika@gmail.com, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-0956-5767

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ МАРКЕТИНГУ БАНКІВСЬКИХ ІННОВАЦІЙ В УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Піддубна, В. Г. Цифрова трансформація маркетингу банківських інновацій в умовах фінансової нестабільності // 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. № 3 (67). С. 209–221.

Анотація. *У статті сформульовано напрямки використання спеціальних маркетингових інструментів для забезпечення фінансової стабільності банківського бізнесу та орієнтації інноваційної діяльності банків не тільки на їх можливості, але й на потреби ринку. Показано, що фінансова нестабільність на сучасному ринку визначає необхідність формування спеціальних маркетингових інструментів впровадження інновацій. Розроблено варіанти об'єднання компонентів цифрового і традиційного маркетингу, які варіюватимуться залежно від прийнятої бізнес-моделі і стану продуктового та цінового сегментів ринку. Досліджено етапи розвитку цифрового маркетингу банківських інновацій в Україні. Уточнена інноваційна спрямованість методів і форм організації різних видів управлінської діяльності в банківському маркетингу. Узагальнено основні компоненти цифрової екосистеми: соціальні, мобільні, аналітичні і хмарні технології. Показано, що за останні чотири роки українські банки зосередилися на тому, як привести деякі з цих компонентів і принципів в основну бізнес-обробку. Проаналізована робота маркетингу цифрових технологій в банківському секторі. Обґрунтовано доступні застосування хмарних технологій, які маркетологи мають у своєму розпорядженні для управління взаємовідносинами, відстеження інформації про потенційних клієнтів, тестування нових каналів і визначення ефективності маркетингової стратегії. Запропоновано напрями впровадження банківських інновацій в умовах фінансової нестабільності, підвищення здатності банків до ефективного використання інформаційних ресурсів, протистояння дії негативних зовнішніх та внутрішніх чинників, мінімізації ризиків, збереження максимальної прибутковості, розвитку нових банківських технологій і продуктів, збереження своїх конкурентних позицій на ринку та довірі клієнтів. Показано, що перспективою для подальшого дослідження Big Data і хмарних сервісів є розробка системних підходів у забезпеченні хмарних провайдерів зручним механізмом знеособлення даних і підвищення безпеки обслуговування.*

Ключові слова: *маркетинг у банківській сфері; інновації; хмарні технології; Big Data; автоматизація.*

Виктория Григорьевна ПОДДУБНАЯ
аспирант кафедры банковского дела, Одесский национальный экономический университет, Украина,
e-mail: poddubnaya.vika@gmail.com, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-0956-5767

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ МАРКЕТИНГА БАНКОВСКИХ ИННОВАЦИЙ В УСЛОВИЯХ ФИНАНСОВОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

Поддубная, В. Г. Цифровая трансформация маркетинга банковских инноваций в условиях финансовой нестабильности // 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. № 3 (67). С. 209–221.

Аннотация. *В статье сформулированы направления использования специальных маркетинговых инструментов для обеспечения финансовой стабильности банковского бизнеса и ориентации инновационной деятельности банков не только на их возможности, но и на потребности рынка. Показано, что финансовая нестабильность на современном рынке определяет необходимость формирования специальных маркетинговых инструментов внедрения инноваций. Разработаны варианты объединения компонентов цифрового и традиционного маркетинга, которые будут варьироваться в зависимости от принятой бизнес-модели и состояния продуктового и ценового сегментов рынка. Исследованы этапы развития цифрового маркетинга банковских инноваций в Украине. Уточнена инновационная направленность методов и форм организации разных видов управленческой деятельности в банковском маркетинге. Обобщены основные компоненты цифровой экосистемы: социальные, мобильные, аналитические и облачные технологии. Показано, что за последние четыре года украинские банки сосредоточились на том, как привести некоторые из этих компонентов и принципов в основную бизнес-обработку. Проанализирована работа маркетинга цифровых технологий в банковском секторе. Обоснованы доступные применения облачных технологий, которые*

© ПІДДУБНА В.Г., 2018

маркетологи имеют в своем распоряжении для управления взаимоотношениями, отслеживания информации о потенциальных клиентах, тестирования новых каналов и определения эффективности маркетинговой стратегии. Предложены направления внедрения банковских инноваций в условиях финансовой нестабильности, повышения способности банков к эффективному использованию информационных ресурсов, противостояния действию негативных внешних и внутренних факторов, минимизации рисков, сохранения максимальной прибыльности, развития новых банковских технологий и продуктов, сохранения конкурентных позиций на рынке и доверия клиентов. Показано, что перспективой для дальнейшего исследования Big Data и облачных сервисов является разработка системных подходов в обеспечении облачных провайдеров удобным механизмом обезличивания данных и повышении безопасности обслуживания.

Ключевые слова: *маркетинг в банковской сфере; инновации; облачные технологии; Big Data; автоматизация.*

Victoriia PIDDUBNA
Postgraduate Student of Banking Department, Odessa National Economic University, Ukraine,
e-mail: poddubnaya.vika@gmail.com, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-0956-5767

DIGITAL TRANSFORMATION OF MARKETING BANKING INNOVATIONS IN THE CONDITIONS OF FINANCIAL INSTABILITY

Piddubna, V. Digital transformation of marketing banking innovations in the conditions of financial instability. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Tsyfrova transformatsiia marketynhu bankivskykh innovatsii v umovakh finansovoi nestabilnosti; za red.: M. I. Zvieriakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; Vìsnik socìal'no-ekonomìčnih doslìdžen' (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 3 (67), pp. 209–221.

Abstract. *The directions of special marketing tools using for ensure the banking business financial stability and the banks innovative activities orient not only to their opportunities, but also on the market needs, are formulated in the article. It is shown that the financial instability in the modern market determines the need of special marketing tools formation for innovations introducing. The options for digital and traditional marketing components combining, which will vary depending on the adopted business model and the state of the market product and price segments are developed. The stages of digital marketing of banking innovations development in Ukraine are investigated. An innovative orientation of the methods and forms of different types of management activities organization in bank marketing are clarified. The main components of digital ecosystem are summarized: social, mobile, analytical and cloud technologies. The research shows that over the past four years, Ukrainian banks have focused on how to bring some of these components and principles into basic business processing. The work of digital technologies marketing in banking sector is analyzed. The available applications of cloud technologies, which marketers have at their disposal for relationships managing, the information about potential customers tracking, a new channels testing and the marketing strategy effectiveness determining are substantiated. The directions of banking innovations introducing in the conditions of financial instability, the banks' ability increasing to information resources effectively use, negative external and internal factors resisting, risks minimizing, maximum profitability maintaining, new banking technologies and products developing, competitive positions in the market and customer confidence maintaining, are proposed. The prospect for further research of Big Data and cloud services is the system approaches development in providing of cloud providers a convenient mechanism for data depersonalization and service security improving, is shown.*

Keywords: *marketing in banking sector; innovation; cloud technology; Big Data; automation.*

JEL classification: *G210; M310*

Постановка проблеми у загальному вигляді. В умовах тривалої кризи фінансового ринку стабільність банку пов'язана з нарощуванням потенціалу нових технологій, і як стверджує засновник першого у світі мобільного банку Бретт Кинг: «Сьогодні все змінюється так швидко, що ви не можете чекати, поки технологія завершить свій трирічний цикл проникнення у суспільство. Тому, що впродовж цих трьох років наступне велике відкриття чекатиме своєї черги на шляху до споживача, і ви відстанете не менше, ніж на п'ять-шість років» [1, с.481]. Поглянути по-новому на увесь процес автоматизації діяльності банку, вирішити проблеми швидкого виходу на нові ринки, розширення клієнтської бази, дозволяє поширення цифрових та хмарних технологій, Big Data. Специфіка роботи банків визначається особливостями операцій та їхнім зв'язком із переміщенням різної фінансової інформації, що зменшує можливість паралельного використання базових маркетингових

інструментів, та інколи призводить до відставання банківського маркетингу порівняно з маркетингом у промисловості й торгівлі.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Цифровий маркетинг на засадах поєднання традиційного маркетингу й інформаційних технологій розглядають зарубіжні та українські вчені, які вже почали застосовувати для цього спеціальний термін «пост-цифровий маркетинг» [2; 3]. Філософія банківського маркетингу виникла у другій половині XX століття і поступово змінювалася відповідно до економічного зростання та благоустрою домашніх господарств у розвинених країнах світу, що зумовило потребу в перетворенні ринку банківських послуг з ринку «продавця» на ринок «покупця», у результаті чого банки змінили філософію маркетингу ведення банківського бізнесу [4, с.438]. Погоджуємося з думкою І. О. Спіцина, що «...маркетингова діяльність банку принципово не відрізняється від маркетингу в промисловості, але має низку особливостей, обумовлених специфікою банківської діяльності» [5, с.59]. Серед останніх публікацій з аналізу розвитку інноваційної діяльності банків можна назвати роботу Л. В. Кузнецової, де надано класифікацію банківських інновацій і сучасних видів електронних послуг банків [6]. Проблеми застосування хмарних технологій у банківському бізнесі досліджували українські вчені А. В. Батаєв [7] і В. В. Бобиль [8]. Під час проведення дослідження нами використано науково-методичні підходи, запропоновані М. І. Звєряковим і В. В. Коваленко [9], які розкривають сутність впровадження на ринку нового або вдосконаленого процесу, що використовується у практичній діяльності для вирішення соціальних проблем.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Сприйняття цифрових технологій дає можливість паралельного використання базових маркетингових інструментів, у зв'язку з чим, актуальним завданням у банківському маркетингу стає дослідження методів здатних одночасно задіяти інтернет-платформу та традиційний маркетинг.

Постановка завдання. Метою статті є забезпечення використання цифрового банківського маркетингу і виявлення зв'язку з традиційними інструментами маркетингу для розвитку інновацій продуктового ряду в умовах фінансової нестабільності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для дослідження трансформації маркетингу банківських інновацій щодо забезпечення фінансової стабільності банків вважаємо за доцільне визначити зв'язок банківського маркетингу та банківських інновацій. На підставі проведеного аналізу наукових поглядів на дефініцію «банківський маркетинг», до його специфічних рис варто віднести: з позиції організації процесу маркетинг-менеджмент: орієнтація на потреби клієнта (маркетингова філософія); застосування інструментів ринкової політики (маркетинг-мікс); цілеспрямована координація банком усіх видів діяльності у сфері збуту (маркетингове управління) [10, с.992]. Нематеріальний характер банківського продукту ускладнює об'єктивність його оцінки покупцем. Із цього випливає необхідність роз'яснення клієнту змісту інновації та суттєве зростання значення реклами. Переважно договірний характер надання послуг вимагає від клієнтів певного рівня економічної та правової культури, а прямий контакт з покупцем потребує персоналізації відносин на ринку банківських послуг, ускладнює їх стандартизацію і підвищує вимоги до стилю та атмосфери контакту з клієнтом; зв'язок із використанням грошей та тривалість процесу надання послуги у часі ставлять діяльність банку у залежність від довіри його клієнтів, насамперед вкладників [11, с.170]. На маркетингову стратегію впливає специфіка банківського продукту: абстрактність, грошова форма виразу, договірний характер відносин з клієнтами, протяжність у часі використання банківського продукту чи послуги [12, с.20]. Отже, в узагальненому вигляді під банківським маркетингом варто розуміти філософію, стратегію і тактику банку, інноваційного планування, налагодження системи комунікації з цільовим ринком та організацію просування банківських продуктів, що спрямовані на ефективне задоволення потреб, запитів і сподівань, вирішення проблем існуючих і потенційних банківських клієнтів, які враховують тенденції розвитку ринку та приносять користь суспільству завдяки управлінню стійкістю, ліквідністю та ризиками. Виходячи із вищенаведеного визначення маркетингу банківських інновацій, автор доходить висновку, що основою його метою є позитивний вплив на забезпечення фінансової стабільності банків як умови отримання стабільних доходів.

Маркетинг банківських інновацій – нові напрями використання продукту, що не вимагають його модернізації, за рахунок незначних модифікацій продукту або зміни комплексу маркетингового інструментарію. Маркетинг інновацій реалізується в межах існуючої технології, дозволяючи, не виходячи за її межі, створювати різні варіанти, сприяючи її поширенню. Його відрізняє від стандартного маркетингу стратегічна орієнтованість, і він має міжсуб'єктністний характер. Зазначене зумовлює, що об'єктом його застосування є не окремі банки і пропоновані ними продукти та послуги, а відносини між двома і більше суб'єктами в процесі створення і реалізації інновації. При цьому можна виділити п'ять рівнів інновацій, а саме: інновації першого рівня, з точки зору комерціалізації, це результат фундаментальних досліджень, нових загальнонаукових ідей. Інновації другого рівня – це результат прикладних досліджень. На третьому рівні знаходяться технологія створення нового банківського продукту та організаційно-технологічна підготовка. Інновації четвертого рівня – це результат модифікації інновацій. Інновації п'ятого рівня – це інноваційні послуги. Варто відзначити, що інновації першого і другого рівнів визначають напрям і характер відносин на ринку, хоча мають найменшу готовність до комерціалізації. Маркетинг знаходить застосування на кожному з рівнів, але його інструментарій може значно відрізнятися залежно від рівня комерціалізації. Тому вважаємо за доцільне виділити три рівня розвитку маркетингу банківських інновацій. Перший – маркетинг, що характеризується як загальний засіб розвитку банку в сучасній і, перш за все, в інноваційній економіці. Другий – маркетинг банківських інновацій відповідає перспективним умовам банківської діяльності. На третьому рівні визначається комерціалізація, яка характеризує діяльність банку, пов'язану з просуванням, управлінням та регулюванням продуктів і ринкових підходів впровадження інновацій. Таким чином, значимість маркетингу банківських інновацій дозволяє застосувати до нього концептуальний термін, визначений М. Блауг [13, с.77] як «парадигма». Застосування цього терміну створює можливість його інтерпретації для методології науки з точки зору різних аспектів, як наукового терміну і як сукупності цінностей, методів, технічних навичок та засобів. Ринкова спрямованість маркетингу сприяє розширенню спектра банківських продуктів і послуг, кількість яких в країнах з розвиненою ринковою економікою складає близько 270 видів. Впровадження у процес на різних етапах зрілості продуктів і послуг, вимагає інновацій різного масштабу, спрямованих на диверсифікацію, збільшення частки ринку, що змушує персонал активізувати діяльність, пов'язану з використанням сучасних інформаційних і комунікаційних технологій.

Фінансова нестабільність на сучасному ринку визначає необхідність орієнтації маркетингових інноваційних підходів не тільки на можливості банківського бізнесу, але й на потреби ринку, формування спеціальних маркетингових інструментів впровадження інновацій. На першому етапі розвитку маркетингу банківських інновацій впроваджувалися розрахункові пластикові карти Visa, Eurocard, Mastercard. Першим в Україні їх запровадив банк «Інко». Систему віддаленого управління розрахунковим рахунком «клієнт – банк» першим реалізував банк «Відродження». Це дозволило прискорити обіг коштів, приблизно на 20% скоротити документообіг, істотно зменшити ймовірність фальсифікації міжбанківських розрахункових документів. Наступні етапи розвитку банківського маркетингу характеризується подальшим впровадженням інноваційних продуктів. Наприклад, безперервне обслуговування у форматі 24/7 – це цілодобовий і щоденний банкінг, вже не прив'язаний до конкретного місця. Розвиваються мобільний та інтернет-банкінг, електронні платіжні системи та електронні гроші (PayPal, E-gold, Perfect Money, WebMoney, Яндекс.Гроші, Qiwi, GlobalMoney тощо). У 2016 році Національний банк України (НБУ), заборонив банкам та учасникам платіжного ринку надання послуг з використанням електронних грошей торгових марок Webmoney, Яндекс.Гроші, QIWI Wallet та Wallet one у зв'язку з відсутністю узгоджених з ним правил їх використання [14]. Але, НБУ не має повноважень впливати на користувачів, оскільки може застосовувати санкції лише щодо учасників ринку банківських послуг. Українські банки прагнуть не відставати від передових західних банків, які нарощують інновації. Глобальний споживчий банк «Citi» у 2017 р. придбав утричі більше цифрових функцій порівняно з

попереднім роком. Аналогічна ситуація була в цьому банку й у 2016 р. [15]. Український банк «Банк Восток» збільшив на 2018 р. бюджет на E-mail-маркетинг, SMS-розсилку та сайт у 4,15 разів. «Банк Восток» перший в Україні впровадив цифровий гаманець, який дає змогу безпосередньо з інтернет-банку робити платежі, що спрощує користування і підвищує безпеку [16].

Сучасний розвиток вітчизняного ринку банківських послуг пов'язаний з проблемою формування нової бізнес-моделі функціонування банків, що у свою чергу викликано чинниками фінансової кризи світового та національного рівнів. Основним критерієм розвитку банків виступає досягнутий рівень їх фінансової стабільності. Завоювання конкурентних позицій на ринку банками призводить до того, що вони пропонують однакові банківські продукти з підвищеним ризиком їх просування, який має прояв у прийнятті імпульсивних рішень щодо встановлення ризикової ціни пропозиції на інноваційні продукти, що у кінцевому підсумку може призвести до виникнення системного ризику.

Чинники, що впливають на рівень фінансової стабільності банків варто розглядати з позиції структурних та інституційних диспропорцій економіки України, які є джерелом ризиків загострення фінансових і валютних криз. У Комплексній програмі розвитку фінансового сектору України до 2020 року передбачено: забезпечення фінансової стабільності та динамічного розвитку фінансового сектору; створення рівних умов для конкуренції у фінансовому секторі; забезпечення подальшого розвитку безготівкового обігу та розвиток роздрібних безготівкових платежів з використанням електронних платіжних засобів; підвищення рівня корпоративного управління учасників фінансового сектору; упровадження нових та розвиток наявних інструментів фінансового сектору; стимулювання розвитку інструментів та інфраструктури фінансового сектору; розбудова інфраструктури, що забезпечує ефективне накопичення та обмін інформацією щодо кредитної історії позичальників [17].

В сучасних умовах високої конкуренції банки змушені шукати приховані резерви для створення конкурентних переваг своїх продуктів. Ці резерви зосереджені в основних елементах комплексу маркетингу. Вирішальним чинником впровадження дистанційного банківського обслуговування, який можна порівняти з тими, які пропонують спеціалізовані установи за ринковими цінами, є радикальна зміна ставлення до банкінгу з боку клієнтів. При цьому, істотно змінюється сама модель маркетингу. Електронна комерція дозволяє істотно скоротити шлях продукту від банку до клієнта, а збільшення частки онлайн продажів призводить до скорочення потреби в місці продажів (площі), тобто знижується потреба у мережі відділень. Варто відмітити, що у середовищі Інтернету масштаб значно відрізняється від звичайного і дозволяє банкам приймати рішення у кілька разів швидше, ніж раніше. Послуги в Інтернеті доступні цілодобово. Крім того, Інтернет володіє високою гнучкістю, що дозволяє легко робити зміни представленої інформації і тим самим підтримувати її актуальність без тимчасової затримки та істотних витрат. Використовуючи засоби електронної взаємодії, банки можуть отримувати детальну інформацію про запити кожного індивідуального клієнта і автоматично надавати продукти та послуги, що відповідають індивідуальним вимогам. Електронна комерція з цієї точки зору – це прискорення більшості бізнес-процесів за рахунок їх проведення електронним чином, тому що інформація передається безпосередньо до одержувача, минаючи стадію створення паперової копії на кожному етапі. Проведені нами дослідження засвідчили, що найвищу віддачу банк отримує від реклами продукту в Інтернеті [18, с.90]. Потрапляючи на сайт банку, клієнти відчувають, що вони беруть участь в діалозі зі своєю фінансовою установою. Дослідження було організовано у вигляді звернень, які були нами сконструйовані на підставі шкали Ренсіса Лайкерта, що дозволяло оцінити установки різних клієнтів банку за інтенсивністю. До 20% споживачів, які побажали відповісти на питання, повідомили, що вони звернулися до банку, з приводу депозитних програм, керуючись рекламою з Інтернету.

Варто зазначити, що ефективність використання сучасних інформаційних технологій залежить переважно від співпраці між службами маркетингу та інформації, що дозволяє

створити структуру, в яку інтегруються зовнішні та внутрішні комунікації банку. Виникають банки, що спеціалізуються виключно на дистанційному обслуговуванні клієнтів. Серед основних переваг електронних банків можна відзначити відносно низьку собівартість організації і найширше охоплення клієнтів (потенційним клієнтом електронного банку є практично будь-який користувач Інтернету). За рахунок цього, електронний банк може надавати клієнтам вигідніші, ніж у звичайного банку відсотки, і надавати за нижчу плату більший спектр послуг [19, с.71]. Природно, що електронний банк має власні системи безпеки і захисту електронної інформації, такі, як спеціальні картки – генератори випадкових паролів, що синхронізуються з паролем на банківському сервері. Це дозволяє створювати унікальний пароль при кожному зверненні клієнта до банківського сервера. Інший, менш дорогий підхід, пов'язаний з використанням персональних смарт-карт, також дозволяють генерувати сесійні ключі. Для більшого захисту додатково можуть використовуватися і засоби біометричної ідентифікації користувачів. Одним з головних досягнень електронної комерції є економія витрат при здійсненні операції та її подальшому обслуговуванні. Таким чином, будь-який бізнес-процес, у якому можна використовувати електронну взаємодію, має потенціал для скорочення витрат, що, у свою чергу, може бути основою зниження цін для клієнтів. Комунікативна політика банківської сфери все частіше базується на формуванні системи Інтернет-комунікацій. Основними її елементами стають web-сайт і створення унікального іміджу банку в мережі Інтернет. Зазначене впливає на підходи вчених і практиків банківської справи до визначення складових комплексу маркетингу банківських установ. Наприклад, запропоновано новий тип банківського комплексу маркетингу – електронний маркетинг, тобто маркетингова діяльність банку, основою якої є структурована електронна інформація, технології, логістика, розподіл сукупно з комерційним і людським потенціалом банку (рис. 1).

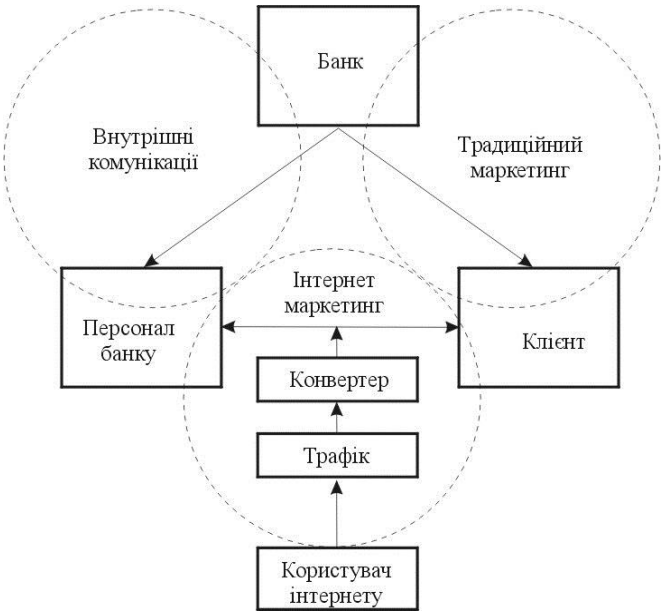


Рис. 1. Взаємодія цифрового і традиційного банківського маркетингу
(розроблено автором [20, с.210])

На рис. 1 показано, що інформаційні технології є основним елементом комплексу маркетингу банку. Використання новітніх технологій при розробці, впровадженні та коригуванні стратегій, методів та інструментів продуктової, цінової, збутової та комунікаційної політик має численні наслідки. Користувач Інтернету потрапляє до групи людей, що знаходяться в Мережі, сукупність яких ми назвемо словом Трафік. Рекламна система банку, включаючи банери, контекстну, тизерну рекламу, оголошення на форумі направляє користувача у Конвертер. Як тільки сфера інтересів користувача перетинається з тематикою рекламованого банківського продукту, користувач конвертується в потенційного

клієнта. Зацікавлений унікальною пропозицією потенційний клієнт залишає персоналу банку свої контакти і спілкується з менеджером банку безпосередньо. Розвиток Інтернету посилює цю тенденцію, дозволяючи персоніфікувати взаємини з клієнтами на базі інтернет-технологій, прискорити процес формування їх лояльності, знизити витрати банків у зв'язку з автоматизацією і комп'ютеризацією операцій, розрахунків і процесів управління. Для ефективного використання можливостей Інтернету банкам необхідно адаптувати інструменти маркетингу, впроваджуючи нові види Інтернет-банкінгу, інтегровані інформаційні системи, а також ефективно використовувати можливості сайту банку, пропонуючи нові послуги в мережі, тим самим сформувати сегмент «мережевих» клієнтів.

Інтернет-маркетинг є складовою електронної комерції. Його також називають online-маркетингом. Він може включати такі частини, як інтернет-інтеграція, інформаційний менеджмент, PR, служба роботи з клієнтами та продажу. Основними перевагами інтернет-маркетингу вважаються інтерактивність, можливість максимально точного напрямку охоплення цільової аудиторії, можливість «постклік»-аналізу, що дозволяє максимізувати такі показники як конверсія сайту і просування реклами.

Реалізація маркетингу банківських інновацій в контексті позитивного впливу на підтримку фінансової стабільності зумовлена наступними чинниками: необхідність у нарощуванні прибуткової діяльності в умовах поступового виходу із кризи; підвищення операційної ефективності, що потребує впровадження інновацій, які зумовлюють зниження витрат ведення банківського бізнесу та одночасного покращення якості обслуговування; генерування банками нових грошових потоків; дотримання вимог державного регулювання банків, яке спрямоване на підтримку фінансової стабільності на підставі управління ризиками, особливо системного, які приймають на себе банки як активні учасники фінансового ринку; підтримка іміджу сучасного конкурентоспроможного банку, який миттєво реагує на зміни потреб клієнтів, зацікавлений у розв'язанні їх фінансових проблем та встановленні стійких і комфортних взаємовідносин з ними; трансформаційні зміни та структурні зрушення потреб споживачів банківських продуктів; інтернаціоналізація банківських операцій, яка призводить до визнання інших учасників фінансового ринку, що становить загрозу для малих банків; посилення конкурентних позицій банків з іноземним капіталом, що призводить до втрати позицій вітчизняних банків.

Темп впровадження інформаційних технологій стрімко зростає, отже, банківський маркетинг постійно адаптує свій інструментарій, пристосовуючись до умов розвитку технологій. За п'ять років в Україні інтернет-реклама в медійній складовій маркетингових комунікацій збільшилася у 2,9 рази – до 2,3 млрд. грн., тоді як обсяг телевізійної реклами скоротився на 8% (до 3,9 млрд. грн.) [21]. На розвиток маркетингу банківських продуктів перетворюючий вплив здійснюють технології Big Data. Величезні, постійно поновлювані масиви даних дозволяють проводити детальні класифікації об'єктів, забезпечують точне розуміння взаємозв'язку тих чи інших характеристик і дій окремої людини або корпоративного клієнта, знаходити кореляції між різними параметрами, подіями, і на основі аналітичних висновків визначати найбільш оптимальний спосіб впливу, для того, щоб допомогти банку прийняти більш обґрунтовані рішення. Лідерами щодо впровадження Big Data є Nasdaq, Facebook, Google, IBM, VISA, Master Card, Bank of America, Citigroup. Наприклад, банк Citigroup у місті Києві, прийняв повністю заснований на Big Data підхід до управління зростанням бізнесу та розширенням послуг. В якості основи для стратегії Citigroup створив власну інтегровану архітектуру платформи Big Data, яка називається «Virtual Enterprise Data Lake». Платформа отримує набори даних з різних додатків, які поглинають численні потоки інформації з транзакційних магазинів, відгуків клієнтів і джерел даних бізнес-процесів. У зв'язку з тим, що Big Data стали загальновизнаним трендом, виникло враження, що це щось само собою зрозуміле, і ілюзія про те, що ця технологія застосовується повсюдно. Аналіз фактичних даних показує зовсім іншу картину. Українські банки використовують термін Big Data в маркетингових цілях, а застосовують стару бізнес-аналітику. Не знаходять особливих причин для впровадження цієї технології і державні

роздрібні банки, що мають преференції в частині гарантування вкладів, а вони складають на ринку банківських послуг більше 55% за активами і 57% за зобов'язаннями. Багато банків не володіють великими обчислювальними потужностями і тільки висловлюють свої підозри в тому, що Big Data – це виверти маркетологів, які бажають заробити на модних інноваціях. Складність впровадження Big Data полягає в тому, що ця технологія включає величезні масиви неструктурованої, різнорідної інформації, яка безперервно поповнюється в режимі он-лайн. Для її накопичення необхідні спеціальні програмні платформи, де інформація структурується і зберігається в зручній для аналізу формі як єдине ціле. Для її обробки потрібні статистичний інструментарій, алгоритми розпізнавання образів, нейронні мережі, побудовані за аналогією з нервовою системою, а для аналізу і отримання результатів у формі, зрозумілій для людини, необхідні кваліфіковані фахівці. Поки в Україні, порівняно із західними країнами практично немає попиту на фахівців з Big Data. Водночас дослідження, проведене інститутом «McKinseu Global institute» показало гостру нестачу таких фахівців. Тільки Сполучені Штати в 2018 році зіткнуться з нестачею 190 тисяч осіб, що володіють навичками для роботи з Big Data. Розрив попиту на фахівців з Big Data може перевищити 60 відсотків пропозицій на американському ринку праці [22, с.11]. Lloyds Bank розмістив оголошення про пошук співробітників для аналізу інформації Big Data і пропонує зарплату 56 тис. фунтів стерлінгів і гнучкий графік [23]. Українські банки практикують застосування технології Big Data на умовах аутсорсингу. ПАТ «Правекс Банк» у рамках нової стратегії вирішив переглянути розташування своїх відділень і розмістити їх там, де знаходиться найбільший цільовий сегмент клієнтів. За зверненням банку «Київстар» розробив карту місць найбільшого скупчення таких клієнтів, які визначалися на основі моделі Big Data. Завдяки співпраці з «Київстар» банк отримав динамічну карту, яка давала порівняння місць перебування клієнтів з розташуванням відділень. Внаслідок цього, ПАТ «Правекс Банк» вирішив перемістити в нові точки вісімнадцять відділень [24]. Широкі перспективи для застосування цієї технології відкриває так званий «бодінет», який включає систему прямого інтерфейсу комп'ютер-людина в живлення підключених до Інтернету чипів і імплантів, які використовуються в діагностичних і лікувальних цілях. Big Data має потенціал, який допоможе банку зрозуміти дані, що надходять від цих пристроїв і створити нові можливості для задоволення зацікавленості банків до клієнтів – фізичних осіб – ключової статті формування ресурсу активних операцій та отримання процентного доходу, враховуючи, що населення України в 2018 році зберігає в банках 470 млрд. грн., в тому числі 68% на термінових депозитах, а корпоративні клієнти більше 70% грошей тримають на рахунках до запитання. Застосування Big Data призведе до появи нових категорій банківських продуктів, більш персоналізованої ціновій політики і, зрештою, створення інноваційної культури в цілому.

Концентрації зусиль банків щодо продажу через інтерактивні цифрові технології сприяють хмарні структури, які забезпечують зручний мережевий доступ до загального фонду обчислювальних ресурсів, що конфігуруються (мережі передачі даних, сервери, пристрої зберігання інформації, додатки й сервіси), і які можуть бути оперативно надані та звільнені з мінімальними експлуатаційними витратами. В Україні 48% компаній використовують хмарні технології [25]. Вітчизняною розробкою є платформа корпоративного класу SuperNovo [26], оснащена порталом самообслуговування, який дає змогу динамічно управляти потребами клієнтів й адаптуватися до бізнес-вимог. До найістотніших переваг хмарних технологій належать цінова еластичність і масштабування бізнесу. Хмарний маркетинг дає банку можливість зменшити витрати на поширення рекламних матеріалів і забезпечує комунікацію з цільовим споживачем. Реклама з використанням традиційних методів швидко стає неактуальною. Завдяки хмарному маркетингу можна автономно замінювати рекламу в міру необхідності, для чого не потрібна фізична інфраструктура банків. З точки зору споживача відповідні послуги характеризуються високим рівнем доступності й низькими ризиками непрацездатності, з позиції банку – допомагають створювати нові ринки, здобувати конкурентні переваги. Відбувається інтеграція клієнтів на банківських платформах, створюються можливості включення сторонніх послуг для

розширення банківської екосистеми, підтримуються повсякденні платіжні потреби, забезпечується доступ співробітників філій до банківських систем через хмарну інфраструктуру, надається можливість для масштабованих рішень і зберігання аналітичних процесів у реальному часі. Через підвищену обчислювальну потужність хмара може зберігати в реальному часі інформацію про переваги клієнтів, які можуть допомогти банку в налаштуванні продукту й послуги. Також вона може допомогти оптимізувати операції, швидше реагувати на запити ринку і коригувати процеси, що створює середовище інновацій, прискорюючи вихід нових продуктів. Банки обережніші, ніж інші галузі, у впровадженні хмарних сервісів. Нормативно-правовими документами НБУ не передбачено обмежень на використання банками хмарних технологій, але центробанк вимагає, щоб інформація оброблялася на серверах, які фізично розміщені на території України.

Український ринок хмарних сервісів зростає високими темпами. У 2016 р. їхній обсяг дорівнював 13,6 млн. дол. США, що майже на 35% більше, ніж у 2015 р. У 2017 р. він збільшився ще на 40% (до 19 млн. дол. США), а в 2018 р. досягне 24,7 млн. дол. США. Для порівняння: у 2012 р. обсяг цього ринку становив 1,9 млн. дол. США [27]. Окремі банки використовують готові рішення, інші – розвивають власні хмарні технології. Ситуація у великому банку, що інвестує в цифрову систему, значно відрізняється від невеликих банків із номінальними цифровими можливостями. На 1 січня 2018 р. 30 із 86 українських банків (34,9%) ще не мали систем інтернет-банкінгу й пропонували клієнтам управляти рахунками тільки через відділення. Із групи банків з державною власністю 66,7% використовують приватну хмару. Серед банків з іноземним капіталом 20 із 25 мають таку систему (80%), а серед банків із приватним капіталом – 42 із 55 (76,2%) [28; 29].

Банки переходять від екстенсивної до інтенсивної бізнес-моделі розвитку, яка вимагає трансформації каналів продажу, реорганізації традиційних методів обслуговування клієнтів (через філії і відділення) до альтернативних, котрі базуються на використанні технологій дистанційного банківського обслуговування – віддаленого банкінгу, який поступово стає основною формою діяльності, з перспективою переходу на модель Everyday banking, що дає можливість підтримувати постійний контакт з клієнтом в режимі 24/7/365 [29].

Оскільки банки за допомогою хмарних технологій матимуть дані про будь-яку активність клієнта, вони зможуть бачити, як конкретні особи взаємодіють з їхніми повідомленнями. На підставі цих даних фінансова установа може змінювати свій сайт, характер повідомлень, а також упевнено вступати в комунікацію з конкретною людиною, знаючи її поведінку. Головним при цьому є зручність користування продуктом. Нами проведено дослідження пріоритетів за шкалою від одиниці (низька міра) до десяти (висока міра) під час вибору потенційним клієнтом банку для обслуговування. За результатами аналізу всіх анкет найвищу оцінку (середній бал 9,8) отримала наявність зручного інтернет-банкінгу і мобільного додатка. Однак, хоча хмара дає можливість для змін у способі ведення бізнесу, проблеми залишаються. Провідним стримувальним чинником під час роботи з хмарними ресурсами є питання безпеки. Недавні скандали за участю хмарних провайдерів змістили акцент на гібридні й приватні хмари. Соціальна мережа Facebook припустилася кількох помилок, які призвели до того, що особисті дані майже 50 млн. користувачів платформи було використано з метою таргетованої реклами. У таргетованому впливі реклами були задіяні 2 млн. користувачів 11 ключових штатів США. У результаті за декілька днів фінансові втрати компанії Facebook становили 60 млрд. доларів [30].

Цифрові технології створили нові види загроз для банківського ринку. До них необхідно віднести ризик кібератаки. На Україні, а потім і в інших країнах світу 27 червня 2017 року поширився вірус-вимагач Petya, який блокував доступ до даних і вимагав 300 доларів в біткоінах за розблокування комп’ютерів. Україна, де цей вірус був запущений, виявилася однією з найбільш постраждалих країн. Від нього постраждали державні відомства, а також такі ключові елементи інфраструктури, як Національний Банк України, комерційні банки, аеропорти і метрополітен. Сплата викупу була марною, так як вірус не припускав можливості розшифровки інформації на жорсткому диску, а знищував її

безповоротно. Більшість банків США вже зробили захист від кібератак головним стратегічним пріоритетом, оскільки у цих нападів можуть бути руйнівні наслідки. Цей ризик відбувається частково через залежність банків від програмного забезпечення, інформаційних технологій, але також і тому, що ініціатори цих нападів цікавляться не тільки діями банків, але також і конфіденційними даними про клієнтів. Заслуговує на увагу клієнтів визначення ступеню безпеки обслуговування через online-банкінг на підставі використання методу оцінки рівня шифрування даних. Якщо з'єднання зашифровано, то адреса повинна починатися з https://www … (зашифрований порт) замість http://www … (стандартний порт), а поруч повинна бути піктограма замка. Це вказує на те, що банк має сертифікат, яким передбачено, що передача інформації в процесі використання систем online-банкінгу є захищеною та шифрується за допомогою криптографічного протоколу. Це є загальнодоступним засобом для пошуку вразливості системи, який показує, чи дійсно протокол шифрування даних є безпечним.

На розвиток маркетингу банків найбільший комерційний вплив справлятимуть такі сфери, як автоматизація маркетингу й контент-маркетингу відносно впливу мобільного й соціального маркетингу. Автоматизована взаємодія відбувається з використанням відомих каналів комунікацій (e-mail, sms, smm, чат, зворотний дзвінок, push-повідомлення, повідомлення, що персоналізуються, вебінари). Хмарні технології в перспективі призведуть до скорочення персоналу банків. На відміну від людей, роботам не потрібно нічого погоджувати з керівництвом, а варто лише звіритися з алгоритмом, аби допомогти клієнтові. Прикладами є Siri (Speech Interpretation and Recognition Interface) – хмарний персональний помічник і запитально-відповідна система, яка використовує обробку природної мови, або Google Now – ці пристрої перебувають на дуже близькій відстані до справжнього штучного інтелекту.

Висновки і перспективи подальших розробок. Тенденції розвитку теорії та практики маркетингу банківських інновацій зумовлюють необхідність формування нових підходів до забезпечення фінансової стабільності банків, використання комплексу маркетингу протягом усього життєвого циклу нововведень, починаючи з пошуку інноваційної ідеї та закінчуючи реалізацією банківського продукту. Інноваційна спрямованість сучасних економічних процесів викликає нові вимоги до змісту, методів і форм організації різних видів управлінської діяльності в банківському маркетингу.

Основним критерієм сталого розвитку банків виступає досягнений рівень їх фінансової стабільності. При цьому, банківські інновації на сучасному етапі виступають у вигляді розвитку електронних платежів, електронних платіжних систем та електронних грошей, поглиблення процесів електронного середовища банків, які шляхом інтернет-мережі та впровадження сучасних інформаційних технологій реалізують маркетингові стратегії.

Маркетинг банківських інновацій в умовах фінансової нестабільності спрямований на підвищення здатності банків до ефективного використання інформаційних ресурсів, протистояння дії негативних зовнішніх та внутрішніх чинників, з метою мінімізації ризиків для збереження максимальної прибутковості діяльності, розширення взаємозв'язків між банками й іншими фінансовими посередниками, розвитку нових банківських технологій і продуктів, збереження при цьому довіри клієнтів та своїх конкурентних позицій на ринку.

Основні переваги цифрового банківського маркетингу полягають у масштабованості, мультитенантності (можливості ізольовано обслуговувати користувачів різних організацій у межах одного сервісу), еластичності, а також, що дуже важливо, прийнятній платі за використання. Це саме те, що потрібно ринку і, як свідчать дані аналітичних досліджень, попит на них зростатиме.

Перспективою для подальшого дослідження можна назвати необхідність розроблення системних підходів у забезпеченні використання Big Data і хмарних сервісів як тестових платформ – це перспектива, яка може стати реальністю за умови, що хмарні провайдери запропонують зручний механізм знеособлення даних і підвищать безпеку обслуговування.

Література

1. Кинг Б. *Банк 3.0. Почему сегодня банк – это не то, куда вы ходите, а то, что вы делаете?* / Пер. с англ. Москва : Олимп-Бизнес, 2016. 520 с.
2. Chaffey D. *Marketing Trends for 2016 – Will we be in a post-digital era?* URL: https://www.smartinsights.com/managing-digital-marketing/marketing-innovation/marketing-trends (access date: 10.08.2018).
3. Черненко О. *На шляху до пост-цифрового маркетингу в Україні* : *проблеми та завдання* // Маркетинг в Україні. 2016. № 3. С. 4–11.
4. Козьменко С. М., Шпиг Ф. І., Волошко І. В. *Стратегічний менеджмент банку* : навч. посіб. Суми : Університетська книга, 2003. 734 с.
5. Спицын И. О., Спицын Я. О. *Маркетинг в банке*. Тернополь : Тарнекс. К. : ЦММС Писпайп, 1993. 656 с.
6. Кузнєцова Л. В. *Проблеми активізації процесів розвитку банківських інновацій в Україні* // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2015. № 4. С. 9–13.
7. Батаєв А. В. *Перспективи впровадження хмарних автоматизованих банківських систем в фінансових інститутах* // Актуальні проблеми економіки. 2015. № 4. С. 404–413.
8. Бобиль В. В., Дронь М. А. *«Хмарні» технології як фактор збільшення операційного ризику банку* // Банківська справа. 2014. № 11/12. С. 47–62.
9. Звєряков М. І., Коваленко В. В., Сергеєва О. С. *Управління фінансовою стійкістю банків.* К. : ЦУЛ, 2016. 520 с.
10. Obst G., Hintner O. *Geld-, Bank- und Börsenwesen. Ein Handbuch.* Stuttgart : Schöfer-Poeschel-Verlag, 1993. 1331 s.
11. Єгоричева С. Б. *Організація діяльності банків у зарубіжних країнах* : навч. посіб. К. : Центр навчальної літератури, 2007. 208 с.
12. Нікітін А. В., Бортніков Г. П., Федорченко А. В. *Маркетинг у банку* : навч. посіб. К. : КНЕУ, 2006. 432 с.
13. Блауг М. *Методология экономической науки, или как экономисты объясняют* / Пер. с англ. под ред. В. С. Автономова. М. : НП «Журнал Вопросы экономики», 2004. 416 с.
14. *Про заборону користування електронними грошима Webmoney, Яндекс.Деньги, QIWI, Wallet і Wallet one («Єдиний гаманець»)* : телеграма Правління Національного банку України від 07.11.2016 р. № 57-0002/90626. URL: https://24tv.ua/ru/nacbank_zapretil_ispolzovat_v_ukraine_webmoney_jandeksdengi_i_qiwi_wallet (дата звернення: 14.08.2018).
15. *2017 Annual Report* // Citi Group. URL: https://www.citigroup.com/citi/investor/quarterly/2018/annual-report (access date: 15.08.2018).
16. *Банк Восток первым реализовал функцию добавления карт в кошелек Masterpass из Интернет-Банка.* URL: https://bankvostok.com.ua/press/news/446-bank-vostok-pervym-realizoval-funkciyu-dobavleniya-kart-v-koshelek-masterpass-iz-internet-banka (дата звернення: 15.08.2018).
17. *Комплексна програма розвитку фінансового сектору України до 2020 року.* URL: https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=18563297 (дата звернення: 17.08.2018).
18. Поддубная В. *Выбор рекламного инструментария для банковского продукта* // Науковий вісник ОНЕУ. 2014. № 2. С. 86–93.
19. Поддубная В. Г. *Влияние информационной экономики на развитие маркетинговых возможностей банка* : материалы I Междунар. науч.-практ. конф. (Одесса, 27–28 мая 2016 г.). Одесса : ФОП Бондаренко М. О., 2016. 364 с.
20. Піддубна В. Г. *Вплив інформаційної економіки на розвиток маркетингового комплексу банків* // Актуальні проблеми соціально-економічних систем в умовах трансформаційної економіки : зб. наук. статей за матеріалами III Всеукр. наук.-практ. конф., Ч. 2. 13–14 квітня 2017 р. Дніпро : НМетАУ. С. 208–213.
21. Ковальчук С., Лазебник М. *Ринок маркетингових комунікацій України* : *огляд та тенденції розвитку* // Маркетинг в Україні. 2016. № 3 (96). С. 18–33.
22. *Big data* : *The next frontier for innovation, competition, and productivity* // McKinsey Global Institute. URL: https://www.mckinsey.com/~/media/McKinsey/Business%20Functions/McKinsey%20Digital/Our%20Insights/Big%20data%20The%20next%20frontier%20for%20innovation/MGI_big_data_exec_summary.ashx (access date: 22.08.2018).
23. *Big Data Expert – Hadoop* // Lloyds Banking Group. URL: https://careers.lloydsbankinggroup.com/candidate/VacancyInformation.aspx?VacancyId=156916 (access date: 22.08.2018).

24. *Как Big Data от Киевстар помогает Правекс Банку находить клиентов.* URL: https://kyivstar.ua/ru/mm/news-and-promotions/kak-big-data-ot-kievstar-pomogaet-praveks-banku-nahodit-klientov (дата обращения: 28.08.2018).
25. *Майже половина українських компаній використовує хмарні технології* // RBC-Україна. 16.02.2017. URL: https://www.rbc.ua/ukr/news/polovina-ukrainskih-kompaniy-ispolzuet-oblachnye-1487263193.html (дата звернення: 30.08.2018).
26. *SuperNovo – надежное облако от оператора облачных серверов № 1*. URL: https://supernovo.com.ua (дата обращения: 04.09.2018).
27. Кириллов И. *Украинский рынок облачных сервисов.* URL: http://sib.com.ua/sib-3-94-2017/04-ukrainskij-rynok-oblachnyh-servisov-2016.html (дата обращения: 05.09.2018).
28. *Показники фінансової звітності банків України* // Національний банк України. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=34661442&cat_id=34798593 (дата звернення: 07.09.2018).
29. *Ринок платіжних карток у 2016 році продемонстрував суттєве зростання* // Національний банк України. 15.02.2017. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=44001494 (дата звернення: 10.09.2018).
30. Cadwalladr C., Graham-Harrison E. *Revealed: 50 million Facebook profiles harvested for Cambridge Analytica in major data breach* // The Guardian. 2018, 17 March. URL: https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election (access date: 11.09.2018).

References

1. King, B. (2016). *Bank 3.0. Why today the bank is not where you go, and that, what are you doing?* Trans. from Eng. [Bank 3.0. Pochemu segodnya bank – eto ne to, kuda vy khodite, a to, chto vy delaete; per. s angl.], Olimp-Biznes, Moskva, 520 s. [in Russian]
2. Chaffey, B. D. *Marketing Trends for 2016 – Will we be in a post-digital era?* available at: http://www.smartinsights.com/managing-digital-marketing/marketing-innovation/marketing-trends-2016.
3. Chernenko, O. (2016). *On the way to post-digital marketing in Ukraine: problems and tasks* [Na shliakhu do post-tsyfrovoho marketynhu v Ukraini: problemy ta zavdannia], Marketynh v Ukraini, No. 3, s. 4–11 [in Ukrainian]
4. Kozmenko, S. M., Shpyg, F. I., Voloshko, I. V. (2003). *Bank strategic management* [Stratehichnyi menedzhment banku], Universytetska knyha, Sumy, 734 s. [in Ukrainian]
5. Spitsyn, I. O., Spitsyn, Ya. O. (1993). *Marketing in bank* [Marketing v banke], Tarknes, Ternopol; TsMMS Pispayp, Kiev, 656 s. [in Russian]
6. Kuznetsova, L. V. (2015). *Problems of processes activation of bank innovations development in Ukraine* [Problemy aktyvizatsii protsesiv rozvytku bankivskykh innovatsii v Ukraini], Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu, Seriia: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo, No. 4, s. 9–13 [in Ukrainian]
7. Bataev, A. V. (2015). *Prospects for the cloud automated banking systems introduction in financial institutions* [Perspektyvy vprovadzhennia khmarnykh avtomatyzovanykh bankivskykh system v finansovykh instytutakh], Aktualni problemy ekonomiky, No. 4, s. 404–413 [in Ukrainian]
8. Bobil, V. V., Dron, M. A. (2014). *«Cloud» technologies as a factor of the bank operational risk increasing* [«Khmarni» tekhnolohii yak factor zbilshennia operatsiinoho ryzyku banku], Bankivska sprava, No. 11/12, s. 47–62 [in Ukrainian]
9. Zveryakov, M. I., Kovalenko, V. V., Sergeeva, O. S. (2016). *Managing of banks financial stability* [Upravlinnia finansovoiu stiikistiu bankiv], TsUL, Kyiv, 520 s. [in Ukrainian]
10. Obst, G., Hintner, O. (1993). *Geld-, Bank- und Börsenwesen: Ein Handbuch,* Schöfer-Poeschel-Verlag, Stuttgart, 1331 s.
11. Egorycheva, S. B. (2007). *Organization of banks activity in foreign countries* [Orhanizatsiia diialnosti bankiv u zarubizhnykh krainakh], Tsentr navchalnoi literatury, Kyiv, 208 s. [in Ukrainian]
12. Nikitin, A. V., Bortnikov, G. P., Fedorchenko, A. V. (2006). *Marketing in bank* [Marketynh u banku], KNEU, Kyiv, 432 s. [in Ukrainian]
13. Blaug, M. (2004). *Economics methodology or how economists explain*. Trans. from Eng. V. S. Avtonomova [Metodologiya ekonomicheskoy nauki, ili kak ekonomisty obyasnyayut; per. s angl. V. S. Avtonomova], NP «Zhurnal Voprosy ekonomiki», Moskva, 416 s. [in Russian]
14. *On the prohibition of WebMoney, YandexMoney, QIWI, Wallet i Wallet one («Uniform Wallet») electronic money using:* telegram of the Board of the National Bank of Ukraine, No. 57-0002/90626, 07.11.2016 [Pro zaboronu korystuvannia elektronnymy hroshyma Webmoney, Yandeks.Denhy, QIWI,

Wallet i Wallet one («Yedynyi hamanets»): telehrama Pravlinnia Natsionalnoho banku Ukrainy, No. 57-0002/90626, 07.11.2016], available at: https://24tv.ua/ru/nacbank_zapretil_ispolzovat_v_ukraine_Webmoneyjandeksdengiiqiwiwalletn746515 [in Ukrainian]

15. *2017 Annual Report*, Citi Group, available at: https://www.citigroup.com/citi/investor/quarterly/2018/annual-report.
16. *Bank Vostok was the first to implement the function of adding cards to the Masterpass wallet from Internet Bank* [Bank Vostok pervym realizoval funktsiyu dobavleniya kart v koshelek Masterpass iz Internet-Banka], available at: https://bankvostok.com.ua/press/news/446-bank-vostok-pervym-realizoval-funkciyu-dobavleniya-kart-v-koshelek-masterpass-iz-internet-banka [in Russian]
17. *Comprehensive program of Ukrainian financial sector development till 2020* [Kompleksna prohrama rozvytku finansovoho sektoru Ukrainy do 2020 roku], available at: https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=18563297 [in Ukrainian]
18. Poddubnaya, V. (2014). *Selection of advertising tools for a banking product* [Vybor reklamnogo instrumentariya dlya bankovskogo produkta], Naukovyi visnyk ONEU, No. 2, s. 86–93 [in Russian]
19. Poddubnaya, V. G. (2016). *Information economy influence on bank's marketing opportunities development* [Vliyanie informatsionnoy ekonomiki na razvitie marketingovykh vozmozhnostey banka], Materialy I Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii, 27–28 maya 2016 goda, FOP Bondarenko M. O., Odessa, 364 s. [in Russian]
20. Piddubna, V. G. (2017). *Information economy influence on banks marketing complex development* [Vplyv informatsiinoi ekonomiky na rozvytok marketynhovoho kompleksu bankiv], Aktualni problemy sotsialno-ekonomichnykh system v umovakh transformatsiinoi ekonomiky: Materialy III Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii, 13–14 kvitnia 2017 r., NMetAU, Dnipro, Ch. 2, s. 208–213 [in Ukrainian]
21. Kovalchuk, S., Lazebnik, M. (2016). *Marketing communication market of Ukraine: overview and development trends* [Rynok marketynhovykh komunikatsii Ukrainy: ohliad ta tendentsii rozvytku], Marketynh v Ukraini, No. 3 (96), s. 18–33 [in Ukrainian]
22. *Big Data. The next frontier for innovation, competition, and productivity*, McKinseu Global institute, available at: https://www.mckinsey.com/~/media/McKinsey/Business%20Functions/McKinsey%20Digital/Our%20Insights/Big%20data%20The%20next%20frontier%20for%20innovation/MGI_big_data_exec_summary.ashx.
23. *Big Data Expert – Hadoop*, Lloyds Banking Group, available at: https://careers.lloydsbankinggroup.com/candidate/VacancyInformation.aspx?VacancyId=156916.
24. *As Big Data from Kyivstar helps Praveks Bank to find clients* [Kak Big Data ot Kievstar pomogaet Praveks Banku nakhodit klientov], available at: https://kyivstar.ua/ru/mm/news-and-promotions/kak-big-data-ot-kievstar-pomogaet-praveks-banku-nahodit-klientov [in Russian]
25. *Almost half of Ukrainian companies using cloud technologies* [Maizhe polovyna ukrainskykh kompanii vykorystovuie khmarni tekhnolohii], RBK-Ukraina, 16.02.2017, available at: https://www.rbc.ua/ukr/news/polovina-ukrainskih-kompaniy-ispolzuet-oblachnye-1487263193.html [in Ukrainian]
26. *SuperNovo – a reliable cloud from the cloudy servers operator No. 1* [SuperNovo – nadezhnoe oblako ot operatora oblachnykh serverov № 1], available at: https://supernovo.com.ua [in Russian]
27. Kirillov, I. *Ukrainian market of cloud services* [Ukrainskiy rynok oblachnykh servisov], available at: http://sib.com.ua/sib-3-94-2017/04-ukrainskij-rynok-oblachnyh-servisov-2016.html [in Russian]
28. *Indicators of Ukrainian banks financial reporting* [Pokaznyky finansovoi zvitnosti bankiv Ukrainy], Natsionalnyi bank Ukrainy, available at: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=34661442&cat_id=34798593 [in Ukrainian]
29. *The payment cards market showed significant growth in 2016* [Rynok platizhnykh kartok u 2016 rotsi prodemonstruvav suttieve zrostannia], Natsionalnyi bank Ukrainy, 15.02.2017, available at: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=44001494 [in Ukrainian]
30. Cadwalladr, C., Graham-Harrison, E. *Revealed: 50 million Facebook profiles harvested for Cambridge Analytica in major data breach*, The Guardian, 2018, 17 March, available at: https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election.

Стаття надійшла до редакції 18.09.2018. Прийнята до друку 02.10.2018.

УДК 336.02; 658.15

Георгій Костянтинович РОГОВ
доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри фінансів,
Національний університет кораблебудування ім. адмірала Макарова, м. Миколаїв, Україна,
e-mail: gekoro7@gmail.com, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-2487-0946

СИСТЕМА ФІНАНСОВИХ МЕХАНІЗМІВ КОРПОРАТИВНОГО СТАЛОГО РОЗВИТКУ: СКЛАДОВІ КОНЦЕПЦІЇ

Рогов, Г. К. Система фінансових механізмів корпоративного сталого розвитку : складові концепції // 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. № 3 (67). С. 222–229.

Анотація. *У статті досліджено проблеми, пов'язані з формуванням фінансів сталого розвитку. Доведено, що корпоративний сталий розвиток можливий лише в умовах функціонування фінансових механізмів його забезпечення. Фінансові механізми корпоративного розвитку в Україні, як і на більшості ринків, що розвиваються, не здатні забезпечити його баланс в економічному, соціальному та екологічному вимірах. Для вирішення цієї проблеми запропоновано концепцію формування і функціонування системи фінансових механізмів корпоративного сталого розвитку, структуровану як за видами механізмів (бюджетний, податковий, інвестиційний, кредитний та страховий), так і за взаємодіючими суб'єктами їх формування та застосування. Обґрунтовано, що реформування окремого фінансового механізму не може бути ефективним, якщо воно не викликає ланцюжкової реакції взаємодіючих суб'єктів фінансової системи. Взаємозв'язки фінансових механізмів не формуються безпосередньо під впливом методів, важелів та інструментів одного механізму на інший, а опосередковуються реакцією інституціонального середовища. Визначено передумови та основні етапи реалізації концепції, принципи, структуру, функції, генезис, методи формування та спосіб функціонування системи фінансових механізмів. Реалізація концепції забезпечить мультиплікативність ефектів функціонування кожного механізму та сформує особливу властивість їх системного об'єднання в загальне структурно-функціональне ціле – створювати умови, за яких корпоративний розвиток, збалансований в економічному, екологічному та соціальному вимірах, стає оптимальним способом досягнення стратегічних фінансових цілей підприємств. Окреслено перспективи подальших розробок, що пов'язані з трансформацією фінансових механізмів корпоративного розвитку.*

Ключові слова: *фінансовий механізм; корпоративний сталий розвиток; корпоративна стійкість; фінанси сталого розвитку; корпоративні соціальні та екологічні стандарти; стейкхолдери.*

Георгий Константинович РОГОВ
доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой финансов,
Национальный университет кораблестроения им. адмирала Макарова, г. Николаев, Украина,
e-mail: gekoro7@gmail.com, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-2487-0946

СИСТЕМА ФИНАНСОВЫХ МЕХАНИЗМОВ КОРПОРАТИВНОГО УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ: СОСТАВЛЯЮЩИЕ КОНЦЕПЦИИ

Рогов, Г. К. Система финансовых механизмов корпоративного устойчивого развития : составляющие концепции // 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. № 3 (67). С. 222–229.

Аннотация. *В статье исследованы проблемы, связанные с формированием финансов устойчивого развития. Доказано, что корпоративное устойчивое развитие возможно только в условиях функционирования обеспечивающих его финансовых механизмов. Финансовые механизмы корпоративного развития в Украине, как и на большинстве развивающихся рынков, не способны обеспечить его баланс в экономическом, социальном и экологическом измерениях. Для решения этой проблемы предложена концепция формирования и функционирования системы финансовых механизмов корпоративного устойчивого развития, структурированная как по видам механизмов (бюджетный, налоговый, инвестиционный, кредитный и страховой), так и по взаимодействующим субъектам их формирования и применения. Обосновано, что реформирование отдельного финансового механизма не может быть эффективным, если оно не вызывает цепной реакции взаимодействующих субъектов финансовой системы. Взаимосвязи финансовых механизмов не формируются непосредственно под влиянием методов, рычагов и инструментов одного механизма на другой, а опосредуются реакцией институциональной среды. Определены предпосылки и основные этапы реализации*

 © РОГОВ Г.К., 2018

концепции, принципы, структура, функции, генезис, методы формирования и способ функционирования системы финансовых механизмов. Реализация концепции обеспечит мультипликативность эффектов функционирования каждого механизма и сформирует особое свойство их системного объединения в общее структурно-функциональное целое – создавать условия, при которых корпоративное развитие, сбалансированное в экономическом, экологическом и социальном измерениях, становится оптимальным способом достижения стратегических финансовых целей предприятий. Обозначены перспективы дальнейших исследований, связанные с трансформацией финансовых механизмов корпоративного развития.

Ключевые слова: *финансовый механизм; корпоративное устойчивое развитие; корпоративная устойчивость; финансы устойчивого развития; корпоративные социальные и экологические стандарты; стейкхолдеры.*

Heorhiy ROHOV
Doctor of Economics, Associate Professor, Head of Finance Department,
Admiral Makarov National University of Shipbuilding, Mykolaiv, Ukraine,
e-mail: gekoro7@gmail.com, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-2487-0946

THE SYSTEM OF FINANCIAL MECHANISMS FOR CORPORATE SUSTAINABLE DEVELOPMENT: THE CONCEPT COMPONENTS

Rohov, H. (2018). The system of financial mechanisms for corporate sustainable development: the concept components. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Systema finansovykh mekhanizmiv korporatyvnoho staloho rozvytku: skladovi kontseptsii; za red.: M. I. Zvieriakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; Vìsnik socìal'no-ekonomìčnih doslìdžen' (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 3 (67), pp. 222–229.

Abstract. *The problems, which associated with the sustainable finance formation are investigates in the article. It is proved that corporate sustainable development is possible only in the functioning conditions of the financial mechanisms that ensure it. Corporate development financial mechanisms in Ukraine, as well as in most emergent markets, are not able to ensure its balance in economic, social and environmental dimensions. To solve this problem, the formation and functioning concept of financial mechanisms for corporate sustainable development system, which structured both by type of mechanisms (budget, tax, investment, credit and insurance), and by interacting subjects of their formation and using, is proposed. It is substantiated that reforming a separate financial mechanism cannot be effective if it does not cause a chain reaction of the financial system interacting subjects. The financial mechanisms interconnections are not formed directly under the influence of methods, levers and instruments of one mechanism on another, but are mediated by the institutional environment reaction. The preconditions and main stages of the concept implementation, the principles, structure, functions, genesis, formation methods and functioning method of the financial mechanisms system are defines. The concept implementation will provide the multiplicative effects of each mechanism functioning and form special attribute of their system integration into a common structural and functional wholeness – creating the conditions under which a corporate development balanced in economic, environmental and social dimensions becomes the optimal way to achieve an enterprise's strategic corporate financial goals. Prospects for further research, which related with the financial mechanisms for corporate development transformation, are outlined.*

Keywords: *financial mechanism; corporate sustainable development; corporate sustainability; sustainable finance; corporate social and ecological standards; stakeholders.*

JEL classification: *G320; O160*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Характерними рисами олігархічної, сировинної моделі національної економіки є процеси деіндустріалізації, низькі корпоративні соціальні стандарти та негативні екологічні екстерналії виробничої діяльності. Сучасне становище цієї моделі визначається кризою механізмів відтворювання [1, с.6]. Забезпечення сталого корпоративного розвитку, тобто збалансованого в економічному, соціальному й екологічному вимірах, відповідає євроінтеграційним прагненням України та очікуванням суспільства. Вирішення такого завдання значною мірою залежить від трансформації корпоративних фінансів. Науковий пошук у цій царині та практичні напрацювання призвели до появи особливого напрямку – фінансів сталого розвитку (Sustainable Finance), котрі включають будь-які форми фінансів, які інтегрують екологічні, соціальні та управлінські критерії в бізнесові та інвестиційні рішення з метою задоволення довготермінових інтересів підприємств і суспільства в цілому [2].

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. В останніх публікаціях, присвячених вирішенню проблем фінансів сталого розвитку, розроблено типологізацію їхньої системи відповідно до мотивації провайдерів фінансового капіталу [3]; визначено особливості інституціоналізації організаційно-фінансових механізмів Глобального екологічного фонду [4]; запропоновано застосування проектного підходу в процесі виконання програм сталого розвитку, який полягає у збалансованості програм по фінансовим можливостям, відповідальним виконавцям та строкам виконання з чітко регламентованими результатами [5]; досліджено позитивний вплив сталого розвитку на дохідність акцій та волатильність значень цього показника [6]; обґрунтовано необхідність зміни чинної моделі фінансово-бюджетної децентралізації системи екологічного оподаткування в Україні [7] та окреслено напрями удосконалення фіскальної системи з метою досягнення цілей сталого розвитку [8].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Передумовою виникнення фінансів сталого розвитку в країнах соціально-ринкової економіки, передусім у державах-членах Європейського Союзу, стали реформи податкової системи та запровадження механізмів регулювання інвестиційного, кредитного та страхового ринків. Удосконалення законодавства ЄС у цій царині має перманентний характер. Так лише у травні 2018 року Європейська комісія запропонувала три законопроекти, які сприяють фінансуванню ефективних програм зменшення промислового забруднення довкілля [9].

Корпоративний розвиток в Україні, як і на більшості емерджентних ринків, не є сталим через недосконалість бюджетного, податкового, інвестиційного, кредитного та страхового механізмів забезпечення його збалансованості в економічному, соціальному та екологічному вимірах. Такий стан пояснюється, у першу чергу, істотними прогалинами в науковому обґрунтуванні концептуальних положень щодо створення і функціонування відповідної системи фінансових механізмів.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування авторського бачення складових концепції системи фінансових механізмів корпоративного сталого розвитку та процесу її реалізації. Термін «система фінансових механізмів» акцентує увагу на визначальних для її концептуальних перетворень системних взаємозв'язках між цілісними динамічними механізмами (податковим, бюджетним, інвестиційним, кредитним і страховим), кожен з яких має свій суб'єкт, об'єкт, інструментарій та власні закономірності розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Концепція, згідно з якою фінансові механізми створюються, регулюються та удосконалюються у цілісній системі, допомагає подолати статичність традиційного підходу, зорієнтованого передусім на структуризацію об'єкта дослідження. Предметом запропонованої концепції є взаємопов'язані процеси формування і функціонування системи фінансових механізмів як на макроекономічному, так і на корпоративному рівнях. Складові концепції узагальнені на рис. 1 і 2.

Вихідний імпульс для створення і розвитку системи надають методи реалізації фінансової політики, спрямованої на забезпечення корпоративного сталого розвитку. Суб'єктами формування та застосування фінансових механізмів на макроекономічному рівні є фінансові органи та інститути фінансової системи. Це, передусім, Міністерство фінансів та його відокремлені підрозділи, Державна фіскальна служба, контрольно-регулюючі інститути, органи управління цільовими фондами, суб'єкти інвестиційного, кредитного й страхового ринків.

Функціональність кожного фінансового механізму залежить від комплексного використання як загальних методів, таких як фінансове прогнозування, планування, контроль та регулювання із застосуванням відповідних стимулів і санкцій, так й інноваційних методів створення податкових, бюджетних, інвестиційних, кредитних і страхових відносин, що відповідають цілям забезпечення корпоративного сталого розвитку.

Мета концепції
Створення фінансових умов, за яких корпоративний сталий розвиток, збалансований в економічному, екологічному і соціальному вимірах, стає оптимальним способом досягнення стратегічних фінансових цілей суб'єктів господарювання

Теоретичні джерела концепції
Загальна теорія фінансів, теорія систем, основні теоретичні положення синергетики, теорія економічного механізму, інституціональна теорія, теорія стейкхолдерів, концепція корпоративного сталого розвитку

Основні теоретико-пізнавальні поняття концепції
Корпоративний сталий розвиток, корпоративна стійкість, система фінансових механізмів корпоративного сталого розвитку, інтегральна система забезпечення корпоративної стійкості

Принципи
векторності розвитку, керованості системними змінами, комплексності застосування фінансових механізмів та їх сумісності

Структура системи
Фінансові органи та інституції фінансової системи, підприємства, інституціональне середовище непрямого впливу, форми, методи, інструменти і важелі податкового, бюджетного, інвестиційного, кредитного та страхового механізмів корпоративного сталого розвитку, інформаційно-аналітичне і організаційно-методичне забезпечення застосування системи фінансових механізмів на корпоративному рівні

Функції
стимулювання підвищення корпоративних екологічних і соціальних стандартів, забезпечення балансу інтересів стейкхолдерів та фінансування корпоративного сталого розвитку

Генезис системи
Вихід існуючої системи фінансових механізмів з рівноважного стану, генерація процесів самоорганізації системи на принципах корпоративного сталого розвитку

Спосіб функціонування системи
Розвиток фінансових механізмів під впливом фінансової політики і взаємодії структурних складових системи та застосування фінансових механізмів для розробки стратегій забезпечення корпоративної стійкості

Рис. 1. Концепція формування і функціонування системи фінансових механізмів корпоративного сталого розвитку (розроблено автором)

Основні передумови реалізації концепції
Подолання кризових явищ в економіці, нормалізація інвестиційного клімату, стабілізація грошово-кредитної системи, істотне скорочення можливостей ухилення від вимог чинного законодавства, запобігання надмірного адміністративного тиску на бізнес та тінізації економіки, готовність суб'єктів господарювання, за наявності вищеозначених передумов, до сприйняття принципів КСВ

Методи формування системи фінансових механізмів корпоративного сталого розвитку в Україні
Забезпечення чутливості фінансових результатів підприємств до зміни рівня корпоративних екологічних і соціальних стандартів; формування інституціонального середовища, сприятливого для сталого розвитку; створення умов для фінансування корпоративного сталого розвитку за рахунок бюджетних коштів; забезпечення зв'язку вартості позикового капіталу з рівнем корпоративних екологічних і соціальних стандартів; створення умов для функціонування соціально-відповідальних інституційних інвесторів; забезпечення збалансованості інтересів стейкхолдерів у процесі формування корпоративної емісійної та дивідендної політик; забезпечення зв'язку страхових тарифів з рівнем корпоративних екологічних і соціальних стандартів; забезпечення доступності страхування екологічних і соціальних ризиків підприємствами; розвиток соціально-відповідального інвестування капіталу страхових компаній

Основні етапи реалізації концепції
1. Подолання чутливості економічної системи до зовнішніх збурень, спрямованих на забезпечення балансу економічних, екологічних і соціальних інтересів суб'єктів господарювання та суспільства.
2. Побудова ринкових фінансових механізмів корпоративного сталого розвитку (інвестиційного, кредитного та страхового).
3. Якісні зміни ролі стейкхолдерів у формуванні корпоративних стратегій

Методи забезпечення корпоративної стійкості в системі фінансових механізмів
Методи оцінки ризиків, пов'язаних з формуванням і функціонуванням системи фінансових механізмів корпоративного сталого розвитку; методи визначення балансу корпоративного розвитку в економічному, екологічному й соціальному вимірах та оптимальної стратегії забезпечення корпоративної стійкості; методи управління реалізацією стратегії корпоративного сталого розвитку

Організаційна форма застосування системи фінансових механізмів для управління розробкою та реалізацією стратегій корпоративного сталого розвитку
Інтегральна система забезпечення корпоративної стійкості

Рис. 2. Реалізація концепції формування і функціонування системи фінансових механізмів корпоративного сталого розвитку (розроблено автором)

Шляхом впливів на окремий фінансовий механізм неможливо досягти переорієнтації суб'єктів господарювання на цілі забезпечення корпоративного сталого розвитку, якщо вони не викликають ланцюжкової реакції взаємодіючих суб'єктів фінансової системи. Необхідно звернути увагу на те, що взаємозв'язки між методами, інструментами і важелями різних фінансових механізмів не є прямими, а опосередковуються суб'єктами їх застосування. Наприклад, вплив збільшення штрафних санкцій за порушення природоохоронного

законодавства на страхові тарифи залежить від того, як страховий ринок змінюватиме вартісну оцінку екологічних ризиків.

Комплексна реалізація системних функцій має забезпечити процес збалансованих якісних і кількісних змін цільових економічних, екологічних і соціальних результатів діяльності суб'єктів господарювання з припустимим ризиком втрати корпоративної стійкості. На відміну від фінансових механізмів реалізації концепції бізнес-центризму, цілеспрямованих лише на економічне зростання, фінансові механізми сталого розвитку мають стимулювати підвищення корпоративних екологічних і соціальних стандартів. Проте реалізація цієї функції ще не означає відповідності фінансових механізмів концепції сталого розвитку, адже підвищення цих стандартів не призводить автоматично до збалансованості розвитку. Наприклад, підвищення ставок екологічного податку без додержання принципу фіскальної нейтральності може сприяти запровадженню енергоефективних екологічно чистих технологій, але водночас з високою ймовірністю негативно впливати на оплату праці та соціальні інвестиції суб'єктів господарювання. Отже, системі фінансових механізмів має бути притаманна функція забезпечення балансу інтересів стейкхолдерів.

Безумовно, корпоративний розвиток неможливий без ефективного використання джерел фінансування. Традиційно ця задача асоціюється з дією інвестиційного та кредитного механізмів. Проте функція фінансування у системі фінансових механізмів одержує якісно нові форми реалізації через взаємозв'язки і взаємодію структурних складових системи. Прикладом може слугувати повернення підприємствам частини надходжень екологічного податку до державного бюджету з метою фінансування цільових програм.

Важливе значення мають і передумови реалізації концепції (рис. 2). Якщо вони відсутні, економічний вимір сталого розвитку залишатиметься для підприємств безумовним пріоритетом, попри спроби цільової переорієнтації фінансових механізмів. Система фінансових механізмів на корпоративному рівні має створювати умови розробки і реалізації суб'єктами господарювання стратегій сталого розвитку. Еволюція системи фінансових механізмів об'єктивно обумовлює удосконалення та якісні перетворення її структурних складових. Екологічні та соціальні орієнтири, що видаються економічно недоцільними за умов теперішніх податкових ставок і пільг, санкцій за порушення вимог законодавства та можливостей ухилення від відповідальності, мають стати, з врахуванням їхніх планових або принаймні очікуваних змін, привабливими і з фінансової точки зору.

Варто підкреслити, що ступень реалізації концептуальних положень на макроекономічному рівні має певне порогове значення, яке призводить до якісної зміни корпоративного бачення стратегічних цілей. Поетапна еколого-трудова податкова реформа та подальше запровадження системи торгівлі квотами на викиди парникових газів в умовах сприятливого інституціонального середовища, що значною мірою формується під впливом бюджетного механізму, мають стати ключовим чинником генерації процесів самоорганізації системи на принципах сталого розвитку. У результаті цих процесів формуватимуться інвестиційний, кредитний та страховий механізми корпоративного сталого розвитку. Вплив зазначених механізмів на корпоративні стратегії та інституціональне середовище створюватиме умови для реалізації наступних етапів реформування податкових і бюджетних відносин. Наслідком має стати підвищення якості стратегій забезпечення корпоративної стійкості, що проявляється у достовірності визначення такого динамічного балансу індикаторів розвитку підприємства в економічному, екологічному та соціальному вимірах, за якого забезпечується, за припустимого рівня ризику в межах відхилень, що не загрожують втратою організації здатності до саморегуляції, оптимальна траєкторія цільових фінансових результатів.

Цей висновок обумовлюється тим, що формування системи фінансових механізмів корпоративного сталого розвитку на основі зазначених концептуальних принципів зменшує невизначеність змін інституціонального середовища підприємства в стратегічній перспективі. Прогнозованість реакції інвестиційного, кредитного і страхового ринків, конкурентів, споживачів, профспілок, бізнес-асоціацій та місцевих громад на економічні

реформи можна досягти за умови комплексного застосування положень концепції на макроекономічному рівні.

З іншого боку, поетапне формування на цій основі цілісної динамічної системи фінансових механізмів корпоративного сталого розвитку може мати навіть деструктивні наслідки для фінансового стану підприємств, за відсутності методів реалізації концепції на корпоративному рівні. З метою визначення і декомпозиції стратегічних цілей, контролю та корегування стратегічної траєкторії руху цільових фінансових результатів і балансу інтересів стейкхолдерів необхідним є створення інтегральної системи забезпечення корпоративної стійкості. Стратегічне бачення цілей суб'єкта господарювання та зміст такої системи мають змінюватися в процесі формування фінансових механізмів сталого розвитку. Фінансові цілі стратегічного управління залишатимуться головними, втім на кожному етапі вдосконалення фінансових механізмів посилюватиметься акцент на довготермінових результатах [10, с.363–365].

Варто звернути увагу на те, що змістовність зазначених положень концепції та якість їх реалізації справляє істотний вплив на процеси формування і функціонування системи фінансових механізмів корпоративного сталого розвитку, етапність економічних реформ і результативність системних перетворень. Від зацікавленості та спроможності корпоративного сектору забезпечити збалансований розвиток в економічному, екологічному і соціальному вимірах залежать відповіді на питання щодо можливості самоорганізації системи на якісно нових концептуальних принципах за певних умов господарювання та її наслідків.

Висновки і перспективи подальших розробок. Забезпечення корпоративної стійкості досягається в результаті реалізації концепції формування і функціонування системи фінансових механізмів корпоративного сталого розвитку. Визначені в роботі складові цієї концепції містять мету концепції, її теоретичні джерела, основні теоретико-пізнавальні поняття, розкривають передумови й основні етапи реалізації, визначають принципи, структуру, функції, генезис, методи формування та спосіб функціонування системи фінансових механізмів корпоративного сталого розвитку, а також характеризують організаційну форму застосування цієї системи для управління розробкою та реалізацією стратегій забезпечення корпоративної стійкості. Концепція характеризується внутрішньою єдністю та взаємозалежністю її структурних складових. Її реалізація забезпечить мультиплікативність ефектів функціонування компонентів системи фінансових механізмів сталого розвитку та сформує її особливу властивість – здатність створювати умови, за яких розвиток, збалансований у економічному, екологічному та соціальному вимірах, стає оптимальним способом досягнення стратегічних фінансових цілей підприємств.

Запропонована концепція вимагає вирішення низки наукових завдань теоретичного і прикладного характеру, пов'язаних з трансформацією фінансових механізмів, зокрема таких як формування амортизаційної політики, спрямованої на забезпечення корпоративного розвитку, збалансованого в економічному, екологічному та соціальному вимірах, управління капіталом інститутів соціально-відповідального інвестування, прогнозування змін конкурентного середовища підприємств у процесі концептуальних перетворень.

Література

1. Звєряков М. І. *Глобалізація і деіндустріалізація* : *зміст, суперечності та способи їх розв'язання* // Економіка України. 2017. № 12 (673). С. 3–12.
2. *What is sustainable finance? Swiss sustainable finance.* URL: http://www.sustainablefinance.ch/en/what-is-sustainable-finance-_content---1--1055.html (access date: 23.08.2018).
3. Васильчук І. П. *Фінанси сталого розвитку як відповідь на виклики постіндустріальної економіки* // Проблеми економіки. 2015. № 2. С. 213–218.
4. Котляревський Я. В., Троцький Т. В., Дяченко М. О. *Розвиток міжнародного фінансування проектів сталого розвитку та вирішення глобальних екологічних проблем* // Проблеми економіки. 2017. № 4. С. 15–23.

5. Амоша О. І., Міхальова К. В. *Про фінансове забезпечення реалізації програм сталого соціально-економічного розвитку* // Ефективна економіка : електрон. наук. фахове вид. 2014. № 1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2703 (дата звернення: 29.08.2018).
6. Kumar N. C. A., Smith C., Badis L., Nan Wang, Ambrosy P., Tavares R. *ESG factors and risk-adjusted performance* : *a new quantitative model* // Journal of Sustainable Finance & Investment. 2016. Vol. 6. Issue 4. Pp. 292–300.
7. Веклич О. О. *Перші підсумки фінансово-бюджетної децентралізації екологічного оподаткування* // Економіка України. 2016. № 3 (652). С. 60–74.
8. Iefymenko T. *Fiscal reforms and sustainable development in Ukraine* // Фінанси України. 2016. № 3. С. 7–14.
9. Vander Stichele M. *Sustainable finance in new EU legislation* : *focus on climate investment* // Centre for Research on Multinational Corporations, 2018. URL: https://www.somo.nl/sustainable-finance-new-eu-legislation-focus-climate-investment (access date: 29.08.2018).
10. Рогов Г. К. *Формування системи фінансових механізмів корпоративного сталого розвитку*. Херсон : ФОП Грінь Д. С., 2017. 424 с.

References

1. Zveryakov, M. I. (2017). *Globalization and deindustrialization: content, contradictions and their solutions* [Hlobalizatsiia i deindustrializatsiia: zmist, superechnosti ta sposoby yikh rozviazannia], Ekonomika Ukrainy, No. 12 (673), s. 3–12 [in Ukrainian]
2. *What is sustainable finance? Swiss sustainable finance*, available at: http://www.sustainablefinance.ch/en/what-is-sustainable-finance-_content---1--1055.html.
3. Vasylchuk, I. P. (2015). *Sustainable development finance as a response to the post-industrial economy challenges* [Finansy staloho rozvytku yak vidpovid na vyklyky postindustrialnoi ekonomiky], Problemy ekonomiky, No. 2, s. 213–218 [in Ukrainian]
4. Kotlyarevskyi, Ja. V., Trotskyi, T. V., Diachenko, M. O. (2017). *International financing development of sustainable development projects and global ecological problems resolution* [Rozvytok mizhnarodnoho finansuvannia proektiv staloho rozvytku ta vyrishennia hlobalnykh ekolohichnykh problem], Problemy ekonomiky, No. 4, s. 15–23 [in Ukrainian]
5. Amosha, O. I., Mikhaliova, K. V. (2014). *About financial support for the sustainable social and economic development programs implementation* [Pro finansove zabezpechennia realizatsii prohram staloho sotsialno-ekonomichnoho rozvytku], Efektyvna ekonomika, No. 1. available at: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2703 [in Ukrainian]
6. Kumar, N. C. A., Smith, C., Badis, L., Nan Wang, Ambrosy, P., Tavares, R. (2016). *ESG factors and risk-adjusted performance: a new quantitative model*, Journal of Sustainable Finance & Investment, Vol. 6, Issue 4, pp. 292–300.
7. Veklich, O. O. (2016). *First results of fiscal decentralization of environmental taxation* [Pershi pidsumky finansovo-biudzhetnoi detsentralizatsii ekolohichnoho opodatkuvannia], Ekonomika Ukrainy, No. 3 (652), s. 60–74 [in Ukrainian]
8. Iefymenko, T. (2016). *Fiscal reforms and sustainable development in Ukraine*, Finansy Ukrainy, No. 3, pp. 7–14.
9. Vander Stichele, M. (2018). *Sustainable finance in new EU legislation: focus on climate investment*, Centre for Research on Multinational Corporations, available at: https://www.somo.nl/sustainable-finance-new-eu-legislation-focus-climate-investment.
10. Rohov, H. K. (2017). The financial mechanisms system formation for corporate sustainable development [Formuvannia systemy finansovykh mekhanizmiv korporatyvnoho staloho rozvytku], FOP Grin D. S., Kherson, 424 s.

Стаття надійшла до редакції 03.09.2018. Прийнята до друку 18.09.2018.

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

МЕТОДИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ

Сирчин, О. Л. Методичні особливості планування діяльності 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. № 3 (67). С. 230–237.

Анотація. *У статті запропоновано науково-практичний підхід до формування методики планування діяльності українського банку в сучасних умовах. У статті показано: діяльність банку істотно залежить від макроекономічної ситуації в країні; планування показників діяльності банку базується на прогнозах макроекономічних показників країни; прогнозування макроекономічних показників країни на основі простих моделей (середня величина, абсолютний приріст або темп зростання, тренд, авторегресійна модель) дає суттєву помилку в розрахунках; більш надійні розрахунки майбутніх значень показників можна отримати шляхом створення системних або структурних моделей на основі причинно-наслідкових зв'язків; використання структурних моделей в практичних розрахунках вимагає обмеження їх розмірності; за мірою настання фактичних змін в оцінках майбутнього варто коригувати плани комерційного банку і ці корективи тим більше, чим сильніше відхилення факту від прогнозу. У результаті проведеного дослідження обґрунтовані: логічний зв'язок макроекономічних показників країни і валюти балансу банківської системи країни; стратегічний показник оцінки конкурентоспроможності банку; використання внутрішніх нормативів планування для розрахунку майбутніх значень активів, пасивів, доходів і витрат банку; перелік основних нормативів планування діяльності банку; методика розрахунку нормативів планування діяльності банку на основі екстраполяції минулих значень або експертних оцінок; узагальнено методичний підхід до формування індивідуальних методик планування діяльності в окремому банку.*

Ключові слова: *макроекономічні показники країни; банківська система країни; комерційний банк; управління діяльністю банку; планування діяльності банку; нормативи планування діяльності банку; баланс банку; доходи і витрати банку.*

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

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПЛАНИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКА

Сырчин, А. Л. Методические особенности планирования деятельности банка // 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. № 3 (67). С. 230–237.

Аннотация. *В статье предложен научно-практический подход к формированию методики планирования деятельности украинского банка в современных условиях. В статье показано: деятельность банка существенно зависит от макроэкономической ситуации в стране; планирование показателей деятельности банка основано на прогнозах макроэкономических показателей страны; прогнозирование макроэкономических показателей страны на основе простых моделей (средняя величина, абсолютный прирост или темп роста, тренд, авторегрессионная модель) дает существенную ошибку в расчетах; более надежные расчеты будущих значений показателей можно получить путем создания системных или структурных моделей на основе причинно-следственных связей; использование структурных моделей в практических расчетах требует ограничения их размерности; по мере наступления фактических изменений в оценках будущего следует корректировать планы коммерческого банка и эти коррективы тем больше, чем сильнее отклонение факта от прогноза. В результате проведенного исследования обоснованы: логическая связь макроэкономических показателей страны и валюты баланса банковской системы страны; стратегический показатель оценки конкурентоспособности банка; использование внутренних нормативов планирования для расчета будущих значений активов, пассивов, доходов и расходов банка; перечень основных нормативов планирования деятельности банка; методика расчета нормативов планирования деятельности банка на основе экстраполяции прошлых значений или экспертных оценок; обобщен методический подход к формированию индивидуальных методик планирования деятельности в отдельном банке.*

 © СИРЧИН О.Л., 2018

Ключевые слова: *макроэкономические показатели страны; банковская система страны; коммерческий банк; управление деятельностью банка; планирование деятельности банка; нормативы планирования деятельности банка; баланс банка; доходы и расходы банка.*

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

METHODICAL FEATURES OF THE BANK'S ACTIVITY PLANNING

Syrchyn, O. (2018). Methodical features of the bank's activity planning. Ed.: M. Zveryakov (ed.-in-ch.) and others [Metodychni osoblyvosti planuvannia diialnosti banku; za red.: M. I. Zvieriakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; Vìsnik socìal'no-ekonomìčnih doslìdžen' (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 3 (67), pp. 230–237.

Abstract. *The article offers a scientific and practical approach to the planning methodology formation of Ukrainian bank's activity in modern conditions. The article shows: bank's activity significantly depends on the macroeconomic situation in the country; the bank's activities performance indicators planning are based on forecasts of the country's macroeconomic indicators; the country's macroeconomic indicators forecasting based of simple models (average value, absolute growth or growth rate, trend, autoregressive model) are gives a significant error in settlements; more reliable settlements of future indicators values can be obtained by creating the system or structural models based on cause-effect relationships; the structural models using in practical settlements requires the limitation of their dimensionality; as the actual changes in the estimates of the future occur, the plans of a commercial bank should be adjusted and these adjustments are the greater, the stronger the deviation of the fact from the forecast. As a result of the conducted research, the following are justified: the logical relationship of country's macroeconomic indicators and the currency of balance of the country's banking system; strategic indicator of the bank's competitiveness assessment; an internal planning standards using for calculate the future values of assets, liabilities, income and expenses of the bank; a list of the main standards for the bank activity planning; the standards calculating methodology for bank's activity planning based on the extrapolation of past values or expert estimates; the methodological approach to the individual methods formation of activity planning in a separate bank are generalized.*

Keywords: *macroeconomic indicators of a country; banking system of a country; commercial bank; management of the bank's activities; bank's activities planning; norms for planning activities of the bank's activities; balance of the bank; income and expenses of bank.*

JEL classification: *G210*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Для розробки планів розвитку банку потрібно мати прогноз розміру банківської системи країни та інших макроекономічних показників, які впливають на розмір банківської системи країни. Прогноз валюти балансу (обсяг активів або пасивів) банківської системи країни (як і інші макроекономічні показники) може бути отримано із прогнозів, які складають органи державної влади (уряд або центральний банк) або міжнародні фінансові організації (міжнародний валютний фонд, європейський банк реконструкції і розвитку, великі рейтингові агентства або інші організації міжнародних експертів). Зазвичай, такі прогнози доступні в різних публікаціях на 1–3 роки вперед і можуть бути використані в тактичному або оперативному плануванні банку. Для періодів часу в 5–20 років банк повинен замовляти проведення прогнозних розрахунків експертних організацій або самостійно здійснювати ці розрахунки.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Особливостям планування в цілому та планування банківської діяльності зокрема присвячено значну кількість робіт, серед яких варто відзначити наступні: в працях Є. Дж. Долана [1], Д. С. Кідуелла [2], Р. Л. Міллера [3] наведені фундаментальні основи банківської діяльності; в працях І. В. Ларіонової [4], П. Роуза [5], Дж. Сінкі [6] розглядаються основні питання управління окремим банком; в працях Н. Н. Куніциної [7], Л. В. Кузнєцової [8], М. А. Поморіної [9] розглядаються основні підходи до планування банківської діяльності; в дослідженні А. А. Лобанова [10] наводиться безліч методик управління ризиками. Аналіз представлених позицій різних авторів показує відсутність єдиного методичного підходу до формування комплексу планів банку.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Методика проведення банком самостійних розрахунків може бути простою або складною, використовувати тільки цифри фахівців банку або залучати дані з інших експертних джерел, але, зрештою, така методика повинна дати дані макроекономічних прогнозів, які мають відповідати майбутньому розвитку реальної ситуації. Чим точніше макроекономічні прогнози, які використовуються банком, тим достовірніше його плани розвитку. Чим більше макроекономічні прогнози відрізняються від майбутнього реального розвитку, тим частіше і на більші величини доведеться коригувати плани розвитку банку.

Спроби формувати методику планування основних показників діяльності кожний банк вживає самостійно з більшою або меншою мірою успішності. Тому, питання про науково-практичну методику планування основних показників діяльності банку в сучасних умовах залишається відкритим.

Постановка завдання. Метою статті є формування методики планування основних показників діяльності банку в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Формування методики планування основних показників діяльності банку засновано на теорії банківської справи, розглянутої у вищенаведених працях іноземних та вітчизняних авторів, з якої випливає необхідність отримати відповіді на наступні питання:

– Яка логіка пов’язує показники банківської системи і макроекономічні показники країни?
– Як оцінити конкурентоспроможність банку та який показник відображає загальну конкурентоспроможність банку?
– Як планується конкурентоспроможність банку на основі тренда або стратегічного бачення?
– Як планується валюта балансу банку?
– Які внутрішні нормативи в плануванні показників діяльності банку є основними?
– Як розраховуються внутрішні нормативи в процедурах планування банку?

Одна із можливих логік взаємозв’язку макроекономічних показників може бути наступною:

1. Валюта балансу (обсяг активів або пасивів) банківської системи країни (ВББС) залежить від обсягу грошової бази центрального банку (ДБ).

Валюта балансу (обсяг активів або пасивів) банківської системи країни не є величиною ізольованою від інших макроекономічних показників, тому що банківська система є частиною економіки, від якої вона залежить і на яку сама безпосередньо впливає. З точки зору економічної теорії та практики банківська система як фінансовий посередник концентрує вільні грошові ресурси і направляє їх для обслуговування потреб економіки в грошових розрахунках, в кредитуванні, інвестиціях тощо. Оскільки розмір банківської системи країни залежить від обсягу залучених грошових коштів (зобов’язань і капіталу), отже, сам обсяг коштів має ключове значення для визначення пасивів банківської системи країни. Інакше кажучи, на розмір пасивів банківської системи країни впливає кількість випущених грошей державою – грошова база центрального банку.

2. Грошова база країни залежить від обсягу номінального ВВП (ВВПН).

З економічної теорії відомо, що грошова база обслуговує розрахунки в економіці, тобто залежить від номінального ВВП. Чим більше в економіці виробляється товарів і послуг, тим частіше відбуваються угоди купівлі-продажу і, отже, потрібно більше грошей для їх обслуговування. Інакше кажучи, чим більше номінальний ВВП, тим більшою повинна бути грошова база.

3. Обсяг номінального ВВП залежить від обсягу реального ВВП і цін.

Ця теза випливає з правил розрахунку номінального ВВП. Зміна номінального ВВП залежить від зміни обсягу реального ВВП (ВВПР) і рівня інфляції (УИ). Обсяг реального ВВП залежить від обсягу здійснених інвестицій та чисельності зайнятого населення в економіці, від структури цих показників і безлічі інших чинників (X_i). Рівень інфляції залежить від монетарних і не монетарних причин, від внутрішніх і зовнішніх джерел інфляції і безлічі інших чинників (X_j). Такі моделі можна отримувати на основі продовження

вивчення складних залежностей реального ВВП і рівня інфляції від інших факторів і побудови системи рівнянь більшої чи меншої міри складності.

Логіка вивчення причинно-наслідкових зв'язків може тривати і далі залежно від завдань конкретного банку, але вона може бути зупинена в той момент, коли приймається рішення про те, що завдання дослідження конкретного банку виконані.

Як виглядають причинно-наслідкові зв'язки у вигляді системи рівнянь?

Система рівнянь в нашому випадку буде виглядати так:

$$\text{ВББС} = f(\text{ДБ}) \quad (1)$$

$$\text{ДБ} = f(\text{ВВПН}) \quad (2)$$

$$\text{ВВПН} = f(\text{ВВПР}; \text{УИ}) \quad (3)$$

$$\text{ВВПР} = f(\text{X}_i) \quad (4)$$

$$\text{УИ} = f(\text{X}_j) \quad (5)$$

На основі цієї чи іншої моделі отримують прогнози на t + і майбутніх періодів часу:

$$\text{ВББС}_{t+i} = f(\text{ДБ}_{t+i}) \quad (6)$$

$$\text{ДБ}_{t+i} = f(\text{ВВПН}_{t+i}) \quad (7)$$

$$\text{ВВПН}_{t+i} = f(\text{ВВПР}_{t+i}; \text{УИ}_{t+i}) \quad (8)$$

Отримувані прогнози на t + і майбутніх періодів часу є точковими. Більш коректним є використання інтервальних прогнозів, які враховують той факт, що за мірою зростання періоду прогнозування інтервали значень прогнозованого показника стають більше. Одним з підходів поліпшення процедур планування стає побудова сценарного прогнозу, який враховує декілька варіантів зміни макроекономічної ситуації. Наприклад, створюються такі варіанти прогнозів:

– Варіант «А» (економіка країни буде зростати високими темпами: номінальний ВВП в середньому щорічно зростає на 15,0%).
– Варіант «Б» (економіка країни буде зростати не високими темпами: номінальний ВВП в середньому щорічно зростає на 5,0%).
– Варіант «В» (економіка країни буде знижуватися: номінальний ВВП в середньому щорічно знижується на 2,0%).

Для кожного варіанта розраховують свої значення макроекономічних показників, тобто у банку виходить декілька планів своєї діяльності.

Для оцінки конкурентоспроможності банку необхідно зіставити його положення з положенням основних конкурентів на досліджуваному ринку. Подібне зіставлення здійснюється на основі наступних критеріїв:

1. Абсолютна частка ринку.
2. Відносна частка ринку.
3. Тенденція частки ринку.
4. Відносна прибутковість.
5. Відносна якість послуг.
6. Відносна вартість послуг.
7. Поява нових послуг.
8. Концентрація клієнтів.
9. Відносна капіталомісткість.

Кожен з цих показників оцінюється з точки зору відносної важливості його для банку і конкурентоспроможності установи в даному аспекті. На основі критеріїв оцінки конкурентоспроможності виділяють так звані ключові фактори успіху, що слугують базою для визначення сильних і слабких сторін банку.

Опорною точкою або початком процедур планування діяльності банку (стратегічний, тактичний або оперативний план) служить визначення частки банку на ринку банківських продуктів і послуг (d_t), тобто відношення валюти балансу (активів / пасивів) банку ($ВББ_t$) до валюти балансу (активи / пасиви) банківської системи країни ($ВББС_t$) в момент часу t:

$$d_t = ВББ_t \div ВББС_t \quad (9)$$

Цей показник враховує всі зовнішні і внутрішні процеси, які впливають на минуле, сьогодення і майбутнє банку. Він відображає ступінь впливу банку на економіку країни і, отже, ступінь значущості банку в банківській системі країни. Чим більша ця частка, тим більшу частину економіки обслуговує банк (розрахунково-касові операції, кредитування, депозитні операції тощо). По-суті, цей показник є стратегічною, тактичною або оперативної метою банку залежно від часового горизонту планування.

Зрозуміло, що планування частки банку пов'язано з позицією, яку банк займав раніше в банківській системі країни за розміром активів або капіталу. Для великого системного банку, для середнього банку, для маленького банку будуть відмінності в плануванні свого місця на ринку. Банк, який посідає перше місце за розміром активів, може дійти висновку, що, незважаючи, на минуле зростання його частки на ринку, подальше нарощування частки неможливе або є невигідним. Середній банк може мати обмеження для зростання у зв'язку з планами розвитку в декількох регіонах країни і не бажанням розширюватися в інших регіонах. Маленький банк може визначити свої обмеження в конкуренції з великими і середніми банками, щоб зосередити свої зусилля тільки на роботі в окремому місті чи області. Обмеження такого роду випливають із стратегічного бачення банком свого майбутнього і безпосередньо впливають на формування його стратегічного плану.

Майбутня стратегічна частка валюти балансу банку у валюті балансу банківської системи країни на практиці визначається як нормативне значення цього показника на основі стратегічного бачення з урахуванням тенденцій минулих періодів часу.

Тенденції минулих періодів визначаються за допомогою графіка динаміки, який покаже один із трьох можливих сценаріїв минулих змін частки валюти балансу банку у валюті балансу банківської системи країни:

1) частка не має тенденції, тобто змінюється щодо середньої величини;
2) частка має тенденцію до зростання;
3) частка має тенденцію до зниження.

Тоді, за допомогою моделі (наприклад, лінійного тренда) можна отримати прогноз на t + і майбутніх періодів часу:

$$d_{t+i} = \propto + \beta \times (t + i) \quad (10)$$

Нормативне визначення майбутніх значень частки валюти балансу банку у валюті балансу банківської системи країни на основі стратегічного бачення передбачає точне визначення цього показника через певну кількість років. Таке значення формулюють збори акціонерів або спостережна рада банку. Наприклад, «банк в звітному році має частку на ринку в розмірі 0,1% і через 10 років ця частка повинна скласти 0,7% за умови рівномірного зростання». У випадку, коли застосовується не будь-яка модель минулих змін частки банку в банківській системі, а експертна оцінка майбутньої частки через «і» періодів часу, то можна використовувати формулу середнього щорічного приросту частки:

$$П = (d_{t+i} - d_t) \div i \quad (11)$$

Тоді, можна отримати прогноз на t + і майбутніх періодів часу:

$$d_{t+i} = d_t + П \times i \quad (12)$$

Для переходу від частки банку на ринку до інших банківських показників потрібно визначити планові величини валюти балансу банку, які залежать від майбутніх величин валюти балансу банківської системи країни. Визначити цей показник на «і» майбутніх періодів часу можна за формулою:

$$\text{ВББ}_{t+i} = d_{t+i} \div 100 \times \text{ВББС}_{t+i} \quad (13)$$

У науковій літературі та практиці існують інші методики визначення майбутніх значень частки валюти балансу банку у валюті балансу банківської системи країни або його пасивів. У результаті використання будь-яких методик буде отримана вихідна точка планування майбутньої діяльності банку.

Після визначення планових значень валюти балансу банку (його активів або пасивів) потрібно визначити розмір окремих структурних компонентів балансу (активів і пасивів), доходів і витрат банку.

Майбутній розмір окремих показників діяльності банку визначається на основі внутрішніх нормативів майбутніх значень кожного показника з урахуванням стратегічного бачення і тенденції кожного показника в минулі періоди часу. Такі внутрішні нормативи являють собою частки кожного показника в структурі активів, пасивів, доходів, витрат або нормативи ефективності діяльності банку.

Серед безлічі нормативних показників, які використовуються в плануванні, відзначимо основні:

– частка високоліквідних коштів в активах банку (в тому числі, в касі, на кореспондентських рахунках, резервів тощо);
– частка кредитного портфеля в активах банку (в тому числі, юридичних і фізичних осіб, резервів під кредитні ризики тощо);
– частка інвестиційного портфеля в активах банку (в тому числі, за видами портфелів: торговий, на продаж, до погашення, в асоційовані і дочірні компанії, резервів під інвестиційні ризики тощо);
– частка інших активів в активах банку;
– частка капіталу в пасивах банку (в тому числі, статутного капіталу, загальних резервів та фондів, нерозподіленого прибутку минулих років, фінансового результату поточного року тощо);
– частка зобов’язань в пасивах банку (в тому числі, інших банків, юридичних та фізичних осіб, залучених коштів за допомогою облігацій, інших зобов’язань тощо);
– частка процентних, комісійних, торговельних та інших доходів в загальних доходах банку;
– частка процентних, комісійних, операційних, загально-адміністративних, резервних та інших витрат в загальних витратах банку;
– середні показники доходності, витратності та прибутковості банку (рівень прибутковості активів, рівень відсоткової ставки по кредитах, рівень кредитного ризику, рівень витратності зобов’язань, рівень процентної ставки по депозитах, рівень процентної ставки за придбаними або власними облігаціями, рівень дивідендів за власними акціями і придбаними акціям, рентабельність капіталу або активів тощо).

Чим відрізняється використання нормативів планування в різних видах планів банку?

При складанні стратегічного плану використовується відносно невелика кількість нормативів, які повинні допомогти визначити розмір зобов’язань і капіталу, високоліквідних активів, кредитно-інвестиційного портфеля, доходів і витрат, чистого прибутку і рентабельності капіталу банку.

При складанні тактичного плану використовують значно більше нормативів, тому що вони повинні допомогти визначити детальну структуру пасивів і активів, доходів і витрат, рівні основних показників ефективності діяльності банку.

При складанні оперативного плану використовують величезну кількість нормативів, які охоплюють всі основні рахунки бухгалтерського обліку пасивів і активів, доходів і витрат, а також розподіляють отримані планові значення між структурними підрозділами банку.

При використанні цього підходу необхідно звернути особливу увагу на те, щоб формування внутрішніх нормативів планування не містило внутрішніх протиріч, тобто більш докладні або окремі показники не суперечили більш агрегованим або більш загальним

показникам. Наприклад, сума часток окремих структурних елементів капіталу не може бути більше або менше частки капіталу в пасивах банку.

Ключовим питанням є визначення методики формування значень нормативів планування. Безумовно, такі нормативи планування повинні враховувати ситуацію банку в минулому і бажані тенденції зміни в майбутньому, а також вимоги нормативних документів НБУ. Отже, оскільки кожен банк має індивідуальну ситуацію в минулому, то і в майбутньому він буде формувати свої індивідуальні нормативи, які будуть відрізнятися від значень нормативів інших банків.

Тенденції минулих періодів нормативного показника визначаються за допомогою графіка динаміки, який покаже один із трьох можливих сценаріїв минулих змін:

1) показник не має тенденції, тобто змінюється щодо середньої величини;
2) показник має тенденцію до зростання і стає можливим прогноз по рівнянню тренда або іншої моделі;
3) показник має тенденцію до зниження і стає можливим прогноз по рівнянню тренда або іншої моделі.

Зазвичай, визначення моделі минулої динаміки і прогноз по ній мають допоміжне значення для планування майбутньої діяльності банку. Справа в тому, що продовження минулих тенденцій в майбутнє для окремих показників (високоліквідні кошти, кредитний портфель, капітал, зобов'язання тощо) не дозволяє пов'язати їх в єдину несуперечливу систему показників. Наприклад, сума прогнозів окремих показників активів дасть величину більшу або меншу, ніж вже отримана валюта балансу банку. Питання, – який з показників активів або пасивів треба коригувати? – залишається невизначеним, тому що немає чіткого правила внесення корективів. Тому строго формалізовані моделі банківських показників рідко використовують в практичній роботі.

Більш практичним є використання експертних нормативів планування, які легко зводяться в систему. Наприклад, банк приймає, що норматив частки капіталу в пасивах складе в майбутньому 10%. Отже, норматив частки зобов'язань у пасивах складе в майбутньому 90%. Наприклад, банк приймає, що норматив частки чистого кредитного портфеля в активах складе в майбутньому 60%, частки високоліквідних коштів 15%, частки інвестиційного портфеля 10%, інших активів 15%. Можуть бути інші нормативи розподілу компонентів, але всі вони пов'язані між собою і не суперечать рішенням вищого рівня (розмір частки на ринку і валюта балансу банку).

При використанні експертних оцінок майбутніх нормативів важливо розуміти, що перехід від оцінок в минулому до майбутніх оцінок відбувається плавно. Наприклад, великий банк «А» має частку капіталу в пасивах 7% і збирається поступово її підвищувати до 10% в майбутньому, а невеликий банк «Б» вже має частку капіталу в пасивах 20% і збирається поступово її знижувати до 15% в майбутньому (для розрахунків щорічних змін можна використовувати формули 11 і 12).

Висновки і перспективи подальших розробок. Загальним методичним підходом для всіх банків при формуванні нормативів планування є наступне:

1. Банк зобов'язаний враховувати фактичні значення нормативів в минулому і мати оцінку впливу цих значень на виконання вимог акціонерів і НБУ.
2. Значення нормативів у майбутньому не можуть змінюватися стрибкоподібно, якщо відсутні зовнішні або внутрішні чинники таких змін.
3. Для стратегічних планів розробляються укрупнені нормативи значень показників, для тактичних і оперативних планів розробляється більш детальний перелік нормативів.
4. Розрахункові значення нормативів в майбутньому повинні приводити до виконання показників більш високого рівня.
5. Значення нормативів в майбутньому повинні бути пов'язані в єдину несуперечливу систему.
6. Зазвичай, значення нормативів планування визначаються експертними оцінками.

7. Експертні оцінки формуються як результат, взаємопов'язаного комплексу наукових формалізованих підходів, практичного досвіду та інтуїції фахівців банку або фахівців, які залучаються зі сторони.

На практиці кожний банк самостійно розробляє індивідуальну процедуру та методику планування, яка враховує особливості стану банку з точки зору впливу зовнішнього та внутрішнього середовища.

Перспективи подальших розробок пов'язані з дослідженнями: 1) можливих логік взаємозв'язку макроекономічних показників, які впливають на оцінку майбутнього окремого банку; 2) проблем коректного взаємозв'язку між планами високого та низького рівня (планів банка в цілому та планів для окремих напрямків його діяльності).

Література

1. Долан Э. Дж. *Деньги, банковское дело и денежно-кредитная политика* / Пер. с англ. М. : Туран, 1996. 448 с.
2. Кидуэлл Д. С. *Финансовые институты, рынки и деньги* / Пер. с англ. СПб. : Питер, 2000. 752 с.
3. Миллер Р. Л., Ван-Хуз Д. Д. *Современные деньги и банковское дело* / Пер. с англ. М. : ИНФРА-М, 2000. 856 с.
4. Ларионова И. В. *Управление активами и пассивами в коммерческом банке*. М. : Консалтбанкир, 2003. 272 с.
5. Роуз П. *Банковский менеджмент* / Пер. с англ. М. : Дело ЛТД, 1995. 768 с.
6. Синки Дж. *Финансовый менеджмент в коммерческом банке и в индустрии финансовых услуг* / Пер. с англ. М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. 1018 с.
7. Куницына Н. Н., Ушвицкий Л. И., Малеева А. В. *Бизнес-планирование в коммерческом банке*. М. : Финансы и статистика, 2002. 304 с.
8. Кузнєцова Л. В., Маслов Ю. К. *Процеси організації планування фінансової діяльності банку*. Одеса : Пальміра, 2006 р. 265 с.
9. Поморина М. А. *Планирование как основа управления деятельностью банка*. М. : Финансы и статистика, 2002. 382 с.
10. *Энциклопедия финансового риск-менеджмента* / Под ред. А. А. Лобанова и А. В. Чугунова. М. : Альпина Паблишер, 2003. 786 с.

References

1. Dolan, E. J. (1996). *Money, banking and monetary policy*. Trans. from Eng. [Dengi, bankovskoe delo i denezhno-kreditnaya politika; per. s angl.], Turan, Moskva, 448 s. [in Russian]
2. Kidwell, D. S. (2000). *Financial institutions, markets, and money* [Finansovye instituty, rynki i dengi; per. s angl.], Piter, Sankt Peterburg, 752 s. [in Russian]
3. Miller, R. L, Van-Hoose, D. D. (2000). *Modern money and banking*. Trans. from Eng. [Sovremennye dengi i bankovskoe delo; per. s angl.], INFRA-M, Moskva, 856 s. [in Russian]
4. Larionova, I. V. (2003). *Asset and liability management in commercial bank* [Upravlenie aktivami i passivami v kommercheskom banke], Konsaltbankir, Moskva, 272 s. [in Russian]
5. Rose, P. (1995). *Bank management*. Trans. from Eng. [Bankovskiy menedzhment; per. s angl.], Delo LTD, Moskva, 768 s. [in Russian]
6. Sinkey, J. (2007). *Commercial bank financial management in the financial-services industry*. Trans. from Eng. [Finansovyy menedzhment v kommercheskom banke i v industrii finansovyh uslug; per. s angl.], Alpina Biznes Buks, Moskva, 1018 s. [in Russian]
7. Kunitsyna, N. N., Ushvitskiy, L. I., Maleeva, A. V. (2002). *Business planning in commercial bank* [Biznes-planirovanie v kommercheskom banke], Finansy i statistika, Moskva, 304 s. [in Russian]
8. Kuznetsova, L. V., Maslov, Yu. K. (2006). *Processes of planning of financial activity of the bank* [Protsesy orhanizatsii planuvannia finansovoi diialnosti banku], Palmira, Odessa, 265 s. [in Ukrainian]
9. Pomorina, M. A. (2002). *Planning as a basis for the management of the bank* [Planirovanie kak osnova upravleniya deyatelnostyu banka], Finansy i statistika, Moskva, 382 s. [in Russian]
10. *Encyclopedia of financial risk management* (2003). Ed. by A. A. Lobanov and A. V. Chugunov [Entsiklopediya finansovogo risk-menedzhmenta; pod red. A. A. Lobanova and A. V. Chugunova], Alpina Pablisher, Moskva, 786 s. [in Russian]

Стаття надійшла до редакції 03.09.2018. Прийнята до друку 18.09.2018.

АВТОРИ СТАТЕЙ

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

1. **Сидоренко О. П.,** к. філософ. н., професор, завідувач кафедри філософії, історії та політології Одеського державного аграрного університету, м. Одеса;
   Макуха С. М. к.е.н., доцент кафедри загальної економічної теорії та економічної політики Одеського національного економічного університету, м. Одеса;

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

1. **Козак Ю. Г.,** д.е.н., професор, завідувач кафедри міжнародних економічних відносин Одеського національного економічного університету, м. Одеса;
   Сулим О. В. к. філософ. н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин Одеського національного економічного університету, м. Одеса;
2. **Макогон Ю. В.** д.е.н., професор кафедри економіки та міжнародних економічних відносин Маріупольського державного університету, академік Академії економічних наук України, заслужений діяч науки і техніки України, м. Маріуполь;
3. **Уханова І. О.** к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин Одеського національного економічного університету, м. Одеса;

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

1. **Михайлюк О. Л.,** к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу Одеського національного економічного університету, м. Одеса;
   Давиденко І. В. к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу Одеського національного економічного університету, м. Одеса;
2. **Хумарова Н. І.,** д.е.н., гол. науковий співробітник відділу економічного регулювання природокористування Інституту проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, м. Одеса;
   Михайлюк О. Л. к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу Одеського національного економічного університету, м. Одеса;

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

1. **Бедрадіна Г. К.,** к.е.н., старший викладач кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу Одеського національного економічного університету, м. Одеса;
   Нездоймінов С. Г. к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу Одеського національного економічного університету, м. Одеса;
2. **Дибева Т.** доктор економіки, професор кафедри економіки та організації туризму Варненського економічного університету, м. Варна, Болгарія;

3. **Катерна О. К.** к.е.н., доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств Національного авіаційного університету, м. Київ;
4. **Літвінов О. С.** к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства та організації підприємницької діяльності Одеського національного економічного університету, м. Одеса;
5. **Шкурупська І. О.** к.е.н., доцент кафедри маркетингу Одеського національного економічного університету, м. Одеса;

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

1. **Збрицька Т. П.,** к.е.н., доцент кафедри управління персоналом та економіки праці Одеського національного економічного університету, м. Одеса;
   Табанова А. І. викладач кафедри управління персоналом та економіки праці Одеського національного економічного університету, м. Одеса;
2. **Іванова Л. В.** к.е.н., доцент кафедри управління персоналом та економіки праці Одеського національного економічного університету, м. Одеса;
3. **Карпенко Н. В.** старший викладач кафедри управління персоналом та економіки праці Одеського національного економічного університету, м. Одеса;
4. **Кривцова М. С.** к.е.н., старший викладач кафедри управління персоналом та економіки праці Одеського національного економічного університету, м. Одеса;
5. **Лебедєв І. В.** д.е.н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу Одеського національного економічного університету, м. Одеса;
6. **Никифоренко В. Г.,** д.е.н., професор, завідувач кафедри управління персоналом та 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;
7. **Своробович Л. М.** к.е.н., викладач кафедри управління персоналом та економіки праці Одеського національного економічного університету, м. Одеса;
8. **Тринчук О. Б.** к.психол.н., старший викладач кафедри управління персоналом та економіки праці Одеського національного економічного університету, м. Одеса;

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

1. **Піддубна В. Г.** аспірант кафедри банківської справи Одеського національного економічного університету, м. Одеса;
2. **Рогов Г. К.** д.е.н., доцент, завідувач кафедри фінансів Національного університету кораблебудування ім. адмірала Макарова, м. Миколаїв;
3. **Сирчин О. Л.** к.е.н., доцент кафедри банківської справи Одеського національного економічного 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

№ 3 (67) 2018

No. 3 (67) 2018

За загальною редакцією:
д.е.н., проф. Звєрякова 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 30.10.2018. Формат 84х108/8. Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman. Ум. друк. арк. 30,1.
Наклад 50 прим. Зам. № 293.

Signed to print 30.10.2018. Format 84×108/8. Offset paper. Type: Times New Roman. Conventional printed sheets 30,1.
Publication: 50 copies. Order No. 293.

Видавець ТОВ ВД «Гельветика»
73034, Україна, м. Херсон,
вул. Паровозна, буд. 46-А
Тел.: +38 (0552) 39-95-80
e-mail: mailbox@helvetica.com.ua
Свідоцтво: 266864

Publishing House «Helvetika»
46-A, Parovozna str.,
Kherson, Ukraine, 73034
Phone: +38 (0552) 39-95-80
e-mail: mailbox@helvetica.com.ua
Certificate: 266864

Свідоцтво про внесення видання видавничої продукції до Державного реєстру суб'єктів видавничої справи, виготівників та розповсюджувачів видавничої продукції від 20.08.2012 р., серія ДК № 4392.

Certificate of inclusion edition publishing products in State Register of publishing subjects, distributors and manufacturers of printed products from 20.08.2012. Series DK No. 4392.