

ПРИДНІПРОВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ
БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ

ЕКОНОМІЧНИЙ ПРОСТІР

Збірник наукових праць

№ 162, 2020



Видавничий дім
«Гельветика»
2020

Головний редактор:

Орловська Юлія Валеріївна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри міжнародної економіки ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».

Члени редакційної колегії:

Булатова Олена Валеріївна – доктор економічних наук, професор, перший проректор Маріупольського державного університету.

Дубницький Володимир Іванович – доктор економічних наук, професор, професор кафедри підприємництва, організації виробництва та теоретичної і прикладної економіки Українського державного хіміко-технологічного університету.

Дугінець Ганна Володимирівна – доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри світової економіки Київського національного торговельно-економічного університету.

Каховська Олена Володимирівна – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки та підприємництва ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».

Фісуненко Павло Анатолійович – кандидат економічних наук, доцент, декан економічного факультету, доцент кафедри обліку, економіки та управління персоналом підприємства ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».

Чала Вероніка Сергіївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародної економіки ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».

Черчата Анжела Олексіївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, управління проектами і логістики ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».

Maija Šenfelde – PhD in Economics, Professor of Macroeconomics, Director of the Institute of National and Regional Economy at Riga Technical University (Latvia).

Друкується відповідно рішення Вченої ради
Придніпровської державної академії будівництва та архітектури
(Протокол № 6 від 24.11.2020 р.)

Свідоцтво про Державну реєстрацію
друкованого засобу масової інформації серія КВ № 12699-1583 Р,
видане Міністерством юстиції України 17.05.2007 р.

Науковий збірник «Економічний простір» включено до переліку наукових фахових видань України
в галузі економічних наук (категорія «Б») на підставі Наказу МОН України
від 2 липня 2020 року № 886 (додаток 4)

Галузь науки: економічні.
Спеціальності: 051 – Економіка; 073 – Менеджмент; 075 – Маркетинг;
076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність;
281 – Публічне управління та адміністрування; 292 – Міжнародні економічні відносини.

Збірник включений до міжнародних наукометричних баз даних
Index Copernicus та Google Scholar

Е 45 Економічний простір: Збірник наукових праць. – № 162. – Дніпро: ПДАБА, 2020. – 136 с.

У збірнику розглядаються сучасні проблеми просторових економічних систем, сталого екологозбережувачого розвитку економіки, інноваційних процесів макро і мікрорівня, кластерних форм організації бізнесу, ресурсозбереження, фінансових та інвестиційних аспектів економічного зростання, ефективності регуляційних дій органів державного управління та місцевого самоврядування. Особливої уваги в збірнику набувають питання підвищення якості освітнянських функцій вищих навчальних закладів, ролі освіти в постіндустріальному суспільстві. Рекомендовано для студентів, аспірантів, науковців, викладачів, представників органів державного управління та місцевого самоврядування.

ЗМІСТ

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ
ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Лаухіна Л. М., Кобзар Н. І., Рабіч О. В., Скачедуб С. А. СОЦІАЛЬНЕ ПАРТНЕРСТВО В УКРАЇНІ ТА ЙОГО ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ.....	7
Rosokhata Anna, Letunovska Nataliia, Jasnikowski Adam, Moiseienko Daria MARKETING SERVICES MIX FOR HEALTHY TERRITORIES: EUROPE – UKRAINE FEATURES	13

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ
НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Garoniuk Olga MODERN PARADIGM OF FINANCIAL SECURITY MANAGEMENT OF THE COUNTRY: THE CONCEPT OF ITS IMPLEMENTATION.....	20
Заяць Т. А. ПРОБЛЕМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В БУДІВНИЦТВІ.....	23
Козак К. Б. МЕХАНІЗМИ АДАПТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА ДО ТРАЄКТОРІЇ СТАЛОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ.....	30
Ксендзук В. В. АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ З МЕТОЮ ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ	37

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Бердар М. М., Кот Л. Л. ДЕРИВАТИВИ ЯК ФІНАНСОВІ ІННОВАЦІЇ ФІКТИВНОГО КАПІТАЛУ.....	43
Буга Н. Ю., Янчук Т. В., Тарановська Ю. М. МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ІТ-СФЕРИ.....	48
Вовк О. М., Дудік А. О. УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА: СТРАТЕГІЧНИЙ ПІДХІД.....	53
Вороніна В. Л., Зюкова М. М., Артеменко А. Є. ОЦІНКА ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЗАСІБ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ЙОГО РОЗВИТКОМ.....	57
Горященко Ю. Г. ІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ІННОВАЦІЙНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ УКРАЇНИ.....	63
Дідух С. М. ПЕРЕДУМОВИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ІСНУЮЧОЇ БІЗНЕС-МОДЕЛІ АГРОПРОДОВОЛЬЧИХ ХОЛДІНГІВ У НАПРЯМІ ІНКЛЮЗИВНОСТІ.....	69
Запорожець І. М. АУТСОРСИНГ ЛОГІСТИЧНИХ ФУНКЦІЙ В СУДНОБУДІВНИЙ КЛАСТЕРНІЙ СИСТЕМІ.....	75

Командровська В. Є.ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ БЛОКЧЕЙН-ТЕХНОЛОГІЙ
У КОМЕРЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ АВІАКОМПАНІЙ.....79**Костирко А. Г., Живченко К. В., Фурдуй К. О.**

КАДРОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА84

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Грицишен Д. О., Прокопенко Ж. В., Савіцький В. В., Опанасюк А. А.ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНИХ РЕСУРСІВ
У ГОСПОДАРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ АУДИТОРСЬКИХ ФІРМ
ЯК СУБ'ЄКТІВ ВИЯВЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ЗЛОЧИНІВ.....88**Іваненко І. В.**АНАЛІТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ
В УКРАЇНІ ЗА 2016–2020 РР.....96

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Волкова А. Г., Данік Н. В., Колеватова А. В.

ВНУТРІШНІЙ АУДИТ ЯК ЗАСІБ ПРОТИДІЇ ШАХРАЙСТВУ В БАНКАХ.....103

Кепко В. М., Новікова В. В., Непочатенко А. В.

БІРЖОВА ТОРГІВЛЯ ТА СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ ЇЇ РОЗВИТКУ.....107

Костирко Л. А., Розмислов О. М.ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДУ ІНДИКАТИВНОГО ПЛАНУВАННЯ
В СИСТЕМІ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КРЕДИТУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ.....114

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Бабенко Л. В., Васильєва В. Г., Романченко Ю. О., Коновалова О. В.ВПЛИВ РОЗПОДІЛУ ЗАГАЛЬНОВИРОБНИЧИХ ВИТРАТ
НА ФІНАНСОВИЙ РЕЗУЛЬТАТ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....119**Свірко С. В., Паршаков В. М.**

РОЛЬ І МІСЦЕ ДОБУВНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ.....127

CONTENTS

ECONOMIC THEORY AND HISTORY OF ECONOMIC THOUGHT

Laukhina Ludmyla, Rabich Olena, Kobzar Nadia, Scachedub Svetlana SOCIAL PARTNERSHIP IN UKRAINE AND ITS LEGAL SUPPORT.....	7
Rosokhata Anna, Letunovska Nataliia, Jasnikowski Adam, Moiseienko Daria MARKETING SERVICES MIX FOR HEALTHY TERRITORIES: EUROPE – UKRAINE FEATURES	13

ECONOMY AND OPERATION OF NATIONAL ECONOMY

Gaponiuk Olga MODERN PARADIGM OF FINANCIAL SECURITY MANAGEMENT OF THE COUNTRY: THE CONCEPT OF ITS IMPLEMENTATION.....	20
Zaiats Tetiana PROBLEMS OF STATE REGULATION OF INNOVATIVE ACTIVITY IN CONSTRUCTION.....	23
Kozak Kateryna MECHANISMS OF ADAPTATION OF AGRICULTURAL PRODUCTION ENTERPRISES TO THE TRACTOR OF SUSTAINABLE ECONOMIC DEVELOPMENT.....	30
Ksendzuk Valentyna ANALYSIS OF FOREIGN TRADE ACTIVITIES FOR THE PURPOSE OF FORMING THE STATE POLICY OF UKRAINE.....	37

ECONOMY AND ENTERPRISE MANAGEMENT

Berdar Marharyta, Kot Liudmyla DERIVATIVES AS FINANCIAL INNOVATIONS OF FIXED CAPITAL.....	43
Buga Nataliia, Yanchuk Tanya, Taranovska Ylia MARKETING COMMUNICATIONS USED IN PROMOTING IT SERVICES.....	48
Vovk Olha, Dudik Anna ENTERPRISE DEVELOPMENT POTENTIAL MANAGEMENT: A STRATEGIC APPROACH.....	53
Voronina Victoriia, Ziukova Mariia, Artemenko Anhelina ASSESSMENT OF THE INNOVATIVE POTENTIAL OF THE ENTERPRISE AS A MEANS OF EFFECTIVE MANAGEMENT OF ITS DEVELOPMENT.....	57
Horiashchenko Yuliia INTEGRATION PROCESSES IN INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP OF UKRAINE.....	63
Didukh Serhii PREREQUISITES FOR TRANSFORMATION OF BUSINESS MODEL OF AGRICULTURAL HOLDINGS IN THE DIRECTION OF INCLUSIVENESS.....	69
Zaporozhets Iryna OUTSOURCING OF LOGISTICS FUNCTIONS IN SHIPBUILDING CLUSTER SYSTEM.....	75

Komandrovska VeronikaTHE USE OF INNOVATIVE BLOCKCHAIN TECHNOLOGIES
IN COMMERCIAL ACTIVITY OF THE AIRLINES.....79**Kostyrko Alla, Zhyvchenko Karyna, Furdui Karyna**

STAFFING OF LOGISTICS ACTIVITIES OF THE ENTERPRISE.....84

**DEVELOPMENT OF PRODUCTIVE POTENTIAL
AND REGIONAL ECONOMY****Grytsyshen Dymytrii, Prokopenko Zhanna, Savitsky Vladyslav, Opanasyuk A.**EVALUATION OF ECONOMIC RESOURCES IN ECONOMIC ACTIVITY
OF AUDITING FIRMS AS SUBJECTS OF DEVELOPMENT OF ECONOMIC CRIMES.....88**Ivanenko Iryna**ANALYTICAL STUDY OF THE MARKETING COMMUNICATIONS MARKET
IN UKRAINE FOR 2016–2020.....96**MONEY, FINANCES AND CREDIT****Volkova Alona, Danik Natalia, Kolevatova Alona**

INTERNAL AUDIT AS A MEANS OF COUNTERACTION FRAUD IN BANKS.....103

Kepko Valentyna, Novikova Victoria, Nepochatenko AndriiSTOCK EXCHANGE TRADING
AND STRATEGIC ASPECTS OF ITS DEVELOPMENT.....107**Kostirko Lydia, Rozmyslov Alexander**VICTORY TO THE METHOD OF INDICATIVE PLANNING
IN THE SYSTEM OF INVESTMENT CREDITING OF ENTERPRISES.....114**ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT****Babenko Lyudmila, Vasilyeva Valentina, Konovalova Elena, Romanchenko Yuliia**THE INFLUENCE OF DISTRIBUTION OF OVERHEAD COSTS
ON THE FINANCIAL RESULT OF THE ENTERPRISE.....119**Svirko Svitlana, Parshakov Valerii**THE ROLE AND PLACE OF THE EXTRACTIVE INDUSTRY
IN THE ECONOMY OF UKRAINE.....127

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

УДК 331.351.105

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/162-1>**Лаухіна Л. М.**

кандидат технічних наук, доцент,
Придніпровська державна академія будівництва та архітектури
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1404-6811>

Кобзар Н. І.

кандидат економічних наук, доцент,
Придніпровська державна академія будівництва та архітектури
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0003-6700>

Рабіч О. В.

кандидат економічних наук, доцент,
Придніпровська державна академія будівництва та архітектури
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5600-0470>

Скачедуб С. А.

асистент,
Придніпровська державна академія будівництва та архітектури
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4256-1127>

**Laukhina Ludmyla, Rabich Olena,
Kobzar Nadia, Scachedub Svetlana**
Prydniprovsk State Academy of Civil Engineering and Architecture

СОЦІАЛЬНЕ ПАРТНЕРСТВО В УКРАЇНІ ТА ЙОГО ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Досліджуються теоретичні аспекти та поняття соціального партнерства. Аналізуються механізми соціального партнерства на державному, галузевому та територіальному рівнях, визначаються напрями підвищення його ефективності в сучасних умовах.

Ключові слова: соціальне партнерство, соціальний діалог, державна соціальна політика, колективні угоди, роботодавці, працівники, профспілки.

SOCIAL PARTNERSHIP IN UKRAINE AND ITS LEGAL SUPPORT

In modern conditions, the social policy of the state acquires special significance, which is a set of socio-economic measures of the state, enterprises, organizations, local authorities aimed at protecting the population from unemployment, rising prices, devaluation of labor savings. This is especially important in the Ukrainian reality, as due to the deep economic crisis and the decline in production, the problem of material security of the population, the creation of new jobs has become acute. Social policy follows from the social functions of the state, which it performs in a competitive market mechanism. It has been concluded that the payers of social insurance contributions are the state and employers (enterprises), and employees allegedly do not participate in social insurance and are provided without any deductions (payments) from wages. Social insurance directly and indirectly affects the interests of employees. Therefore, the participation of employees as insurers is mandatory under Ukrainian law. Due to the fact that this process is objective, beyond the control of the individual, is beyond his control, the state, reducing social tensions, takes care of the poor. It has been considered that a serious problem for Ukraine is the reform of the pension system: in fact, it is planned to build 2 new levels of the pension system. Thus, the pension system of Ukraine in the future should look like this: the first level – solidarity – exists today and provides for mandatory payments to the «common pot»; the second level – personalized – also provides for a «common pot», only now the information system of the Pension Fund will store information on the number and amount of individual payments; the third level provides for the emergence of private pension funds and voluntary contributions of working citizens. Bills on pension reform include, in particular, the removal of restrictions on the maximum amount of pension, the restoration of the dependence of the amount of pension on salary and seniority. It has been concluded that the field of social partnership, social policy and social security are those areas that directly affect the living standards of the population and are priority for Ukraine, which includes the protection of the poor, the fight against unemployment, the regulation of labor relations.

Keywords: social partnership, social dialogue, state social policy, collective agreements, employers, workers, trade unions.

Постановка проблеми. Соціальний захист робітників (громадян) – це важливий складник соціальної політики держави та необхідний елемент функціонування ринкової економіки. Держава бере на себе виконання соціально-захисної функції, яка становить частину загальної спрямованості держави щодо забезпечення прав і свобод громадян та їх конституційних гарантій. Надзвичайно важливим, особливо в умовах кризи, є питання розвитку соціального партнерства між владою (державою), бізнесом (роботодавцями) та робітниками, яке передбачає укладання «суспільного договору» у сфері економічної та соціальної політики між цими рівноправними партнерами згідно з Конституцією, що й зумовлює актуальність дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вітчизняні вчені досліджують проблематику соціальної політики між державою та робітниками. Проте малодослідженим питанням є розвиток соціального партнерства між владою, бізнесом та робітниками, працюючими та пенсіонерами в умовах кризи в контексті необхідності зменшення напруги у суспільстві. Зокрема, слід визначити праці Н.В. Балабанової [1], В. Жукова [2], Г.Ю. Семигіна [3].

Мета статті полягає в аналізі існуючої моделі соціального партнерства в Україні та визначення напрямів підвищення їх ефективності в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу. У сучасних умовах особливого значення набуває соціальна політика держави, яка являє собою комплекс соціально-економічних заходів держави, підприємств, організацій, місцевих органів влади, спрямованих на захист населення від безробіття, підвищення цін, знецінення трудових заощаджень. Це особливо важливо в умовах української дійсності, оскільки внаслідок глибокої економічної кризи і спаду виробництва гостро постала проблема матеріального забезпечення населення, створення нових робочих місць.

Соціальна політика впливає із соціальних функцій держави, яку вона виконує в умовах дії конкурентного ринкового механізму. У силу того, що цей процес об'єктивний, невідчужимий окремих людей, знаходиться поза його контролем, держава, зменшуючи соціальну напруженість, бере на себе турботу про незаможні верстви суспільства. За допомогою різних економічних важелів держава регулює особисті доходи на користь найменш забезпечених верств. Найважливішими серед них є соціальні виплати або дотації з безробіття, допомога утриманням та інвалідам, хворим, пенсіонерам і людям похилого віку, допомога на дітей, житлові субсидії.

Соціальна допомога може бути надана у вигляді безкоштовного харчування, надання медичної допомоги, одноразової допомоги. Саме завдяки цьому ринкову економіку в низці країн називають соціально орієнтованою, яка створює високий рівень соціального захисту населення. Серед усіх економічно розвинених країн особливе місце за цим показником посідає Швеція. Трансферти (соціальні виплати) – одні з найвищих у світі, державні витрати щорічно становлять понад 60% ВВП, із них більше половини припадає на трансферти. У США на реалізацію соціальних програм щорічно витрачається понад 10% національного доходу.

Основи й особливості соціального захисту в Україні в сучасних умовах є одним із головних напрямів,

оскільки утворюють базу оплати праці в усіх сферах і перерахунку рівня пенсій та допомог. Регулярний перегляд розміру заробітної плати становить основний елемент державної «політики доходів». Об'єктивним бар'єром на шляху зростання зарплати є продуктивність праці. Уважається, що для попередження інфляції темпи зростання зарплат не повинні перевищувати темпів зростання продуктивності праці, тому в Україні мінімальний розмір заробітної плати більше ніж в два рази нижче мінімального прожиткового мінімуму. З огляду на цей факт, можна стверджувати, що українська економіка не є соціально орієнтованою і залишається такою протягом тривалого часу.

Важливою функцією держави в ринковій економіці є створення умов для реалізації здібностей до праці з метою отримання трудових і підприємницьких доходів. До таких умов належать:

- вільний вибір професії, сфери і місця трудової діяльності;
- отримання бажаного рівня загальної і спеціальної освіти;
- матеріальна підтримка і перенавчання тимчасово не зайнятих у виробництві осіб працездатного віку (безробітних).

Головною метою уряду у сфері зайнятості є утримання безробіття на «природному рівні» (не більше 4–5% від чисельності економічно активного населення). Для цього, зокрема, використовуються податкові пільги підприємствам, що збільшує число робочих місць, регулюється в'їзд іноземних робітників, організуються біржі праці.

Ефективним заходом щодо збільшення зайнятості є скорочення робочого дня. Відомо, що український робочий тиждень (40 годин) – один із найвищих за цим показником серед розвинених країн. У результаті інфляційного зростання цін на споживчі товари держава може відшкодовувати грошові втрати населення. Таке відшкодування досягається перерахунком фіксованих доходів відповідно до індексу роздрібних цін. При цьому індекс цін охоплює не всі товари та послуги, а тільки ті, що входять до мінімального споживчого бюджету («прожитковий мінімум»). У багатьох країнах держава контролює ціни на товари і послуги першої необхідності.

Що стосується безпосередньо Української держави, то у сфері соціального захисту населення вона фактично є безумовним монополістом. Незважаючи на таку інтеграцію механізмів соціального захисту, успіх у цій сфері можна констатувати лише у правовій і технічній площинах. Так, ст. 46 Конституції України присвячена соціальному захисту і забезпеченню, ст. 48 декларує право на мінімальний прожитковий рівень, ст. 49 – безкоштовне медичне обслуговування. У практичній сфері ситуація зовсім інша.

Перевагою Стратегії можна вважати те, що в ній не просто вказуються напрями соціальної політики, а й конкретні механізми її реалізації. На жаль, реальній роботі цих механізмів має передувати прийняття відповідних законопроектів за відносно короткий термін, адже, згідно зі Стратегією, до 2014 р. держава повинна була змінити вектор руху соціального захисту на 180 градусів, тобто зупинити падіння життєвого рівня і почати збільшувати його.

Серйозною проблемою для Української держави є реформування пенсійної системи: фактично планується

надбудувати два нових рівня пенсійної системи. Пенсійна система України в майбутньому повинна виглядати так: перший рівень – солідарний – існує сьогодні і передбачає обов'язкові платежі в «загальний казан»; другий рівень – персоналізований – також передбачає «загальний казан», тільки тепер інформаційна система Пенсійного фонду зберігатиме інформацію про кількість та розмір індивідуальних платежів; третій рівень передбачає виникнення недержавних пенсійних фондів та добровільні внески в них працюючих громадян. Законопроекти щодо пенсійної реформи припускають, зокрема, видалення обмеження на максимальний розмір пенсії, відновлення залежності розміру пенсії від зарплати та стажу.

Соціальне страхування – невід'ємна частина соціальної політики та діяльності держави, головне – турбота про людину і громадянина. У Конституції України (ст. 46) записано, що право громадян на соціальний захист гарантується і забезпечується загальнообов'язковим державним соціальним страхуванням.

Основні ідеї та перспективи розвитку соціального страхування як системи гарантій права громадян на соціальний захист сформульовані в Концепції соціального забезпечення населення України та Основах законодавства про загальнообов'язкове державне соціальне страхування. У цих актах соціальне страхування розглядається у двох аспектах: економічному та правовому. З економічного погляду соціальне страхування являє собою частину доходів суб'єктів господарської діяльності, які відраховуються у вигляді страхових внесків до соціальних фондів і призначених для матеріального забезпечення й охорони здоров'я працівників підприємств і членів їхніх сімей.

Розмір (тариф) страхових внесків для платників установлюється законами в процентному відношенні до об'єктів оподаткування окремо для підприємств, юридичних і фізичних осіб, які використовують працю найманих працівників, і для осіб, які працюють на умовах трудового договору (контракту). Так, юридичні та фізичні особи сплачують до Фонду соціального страхування України внески в розмірі 5,5% від об'єкта оподаткування, а самі працівники зі свого заробітку – 0,5% від загальної суми заробітної плати.

Із правового погляду соціальне страхування являє собою встановлену державою і регульовану нормами права систему гарантій соціального захисту працездатних і непрацездатних громадян у разі настання певних страхових випадків, передбачених законодавством.

Соціальне страхування нерозривно пов'язане з трудовою діяльністю працівників на конкретних підприємствах. Побудоване на принципі солідарності поколінь (перерозподіл коштів від працездатних непрацездатним), соціальне страхування сприяє створенню економічних передумов для підтримки передусім працездатності економічно активної, працюючої частини населення, а в необхідних випадках – забезпечення у разі втрати працездатності, безробіття, старості, втрати годувальника. Водночас соціальне страхування слід розглядати не як благодійну форму соціальної допомоги непрацездатним, а як універсальний спосіб вирішення соціальних проблем у суспільстві.

Організаційна робота із соціального страхування проводиться переважно на підприємствах, в установах, організаціях та інших господарюючих суб'єктах.

Платники внесків повинні бути зареєстровані як страховальники в регіональних відділеннях Фонду соціального страхування України. Практичною роботою по організації соціального страхування займаються профспілки. Вони вирішують питання про витрачання коштів соціального страхування, передбачених на санаторно-курортне лікування та відпочинок працівників і членів їхніх сімей, контролюють правильність нарахування і своєчасність виплати допомоги по соціальному страхуванню роботодавцем, беруть участь у вирішенні спорів, що виникають між працівниками і роботодавцем.

Відповідно до законодавства, усі працівники підлягають обов'язковому державному соціальному страхуванню, тобто з моменту прийому на роботу працівник вважається застрахованим. У соціальному страхуванні беруть участь дві сторони (два учасника): страховальники і страховики.

Страхователями вважаються роботодавці та застраховані особи, а страховиками – відповідні страхові фонди. Державне соціальне страхування працівників здійснюється за рахунок держави. Внески на соціальне страхування сплачуються підприємствами, установами, організаціями без будь-яких відрахувань із заробітної плати працівників. Несплата підприємством, установою, організацією страхових внесків не позбавляє працівника права на забезпечення по державному соціальному страхуванню. Кошти державного соціального страхування можуть витрачатися лише за своїм прямим призначенням.

Засобами соціального страхування є обов'язкові внески (збори) підприємств, установ, організацій і громадян, що працюють на умовах трудового договору (контракту), які займаються підприємницькою діяльністю.

Вони акумулюються у централізованому фонді соціального страхування України. Порядок, розміри та строки сплати внесків на соціальне страхування регулюються спеціальним законодавством, яке давно вже вийшло за рамки Кодексу законів про працю. Так, розмір (тарифи) страхових внесків для фізичних і юридичних осіб установлений Законом України від 26 червня 1997 р. «Про збір на обов'язкове соціальне страхування», а порядок їх акумулювання і використання – Положенням про фонд соціального страхування, затвердженим Постановою Кабінету Міністрів України від 31 серпня 1998 р.

Із вищесказаного випливає, що платниками внесків на соціальне страхування виступають держава і роботодавці (підприємства), а працівники нібито не беруть участі у соціальному страхуванні та забезпечуються без будь-яких відрахувань (платежів) із заробітної плати. Однак це не так. Соціальне страхування прямо і безпосередньо зачіпає інтереси працівників, тому участь працівників як страховальників є обов'язковою згідно із законодавством України.

Сьогодні платниками внесків виступають три сторони: держава, роботодавці та працівники. Несплата працівником внесків тягне за собою настання певних правових наслідків. За законодавством про соціальне страхування період сплати страхових внесків зараховується до трудового стажу, а сума сплачених внесків надалі буде прийматися в розрахунок під час обчислення розміру пенсії. Законодавством встановлено

персоніфікований облік страхових внесків кожного працівника.

Порушенням одним зі страхувальників (роботодавцем чи державними структурами) порядку сплати страхових внесків не повинно відображатися на соціальному забезпеченні працівників, оскільки працівники отримують соціальну допомогу із загального солідарно створеного фонду соціального страхування, де частка виплат конкретного страхувальника заздалегідь не визначена і не пов'язана з розміром внесків.

Фонд соціального страхування виступає гарантом матеріального забезпечення та надання різних видів соціальних послуг працівникам підприємств. Контроль над дотриманням порядку забезпечення працівників із фонду соціального страхування здійснюють профспілки. Працівник має право на всі види забезпечення, передбачені законодавством про соціальне страхування. Види і розміри соціальних послуг, як правило, поставлені в залежність від трудових відносин працівників, тривалості стажу роботи, розміру заробітку й обставин утрати працездатності, стану здоров'я.

Єдиним нормативно-правовим актом, що закріпив терміни «соціальне партнерство» та «сторони соціального партнерства» є Закон України «Про організації роботодавців» від 24 травня 2001 р. № 2436-III. Згідно зі ст. 1 цього Закону, соціальне партнерство визначається як система колективних відносин між найманими працівниками, роботодавцями, виконавчою владою, які є сторонами соціального партнерства у ході реалізації їхніх соціально-економічних прав та інтересів [4].

Однією з особливостей засобів соціального страхування є те, що вони можуть бути використані тільки за цільовим призначенням. Органи, що здійснюють використання страхових коштів, не можуть їх витратити на інші цілі, крім тих, для яких вони призначені.

Цільовий характер використання страхових коштів позначений у Положенні про фонд соціального страхування. Кошти соціального страхування можна використовувати на: виплату допомоги по тимчасовій непрацездатності, у т. ч. по вагітності та пологах, придбання путівок на санаторно-курортне лікування та відпочинку працівників і членів їхніх сімей, фінансування дитячих оздоровчих таборів, баз відпочинку, виплату зарплати правовим і технічним інспекторам праці.

Кошти соціального страхування можна витратити тільки відповідно до затвердженого кошторису на підставі рішень органів управління фондом соціального страхування. Правом прийняття рішень про використання страхових коштів мають Центральна і регіональна дирекції фонду соціального страхування і відповідні профспілкові об'єднання.

Велике значення для правильного використання страхових коштів мають добре організовані облік і звітність, тобто контроль над дотриманням фінансової дисципліни та оперативне реагування на порушення законодавства.

Облік і звітність витрачання коштів ведуть усі органи управління фондом соціального страхування і профспілкові організації. В облікових документах повинні бути відображені дані про суми нарахованих внесків та інших платежів до фонду соціального страхування, витрати за статтями, число оплачених днів тимчасової непрацездатності, кількість путівок,

виданих за рахунок коштів соціального страхування, витрати на оздоровлення дітей працівників підприємств на базах відпочинку, виплату одноразової допомоги, народження дітей, поховання.

Працівники, а у відповідних випадках і члени їхніх сімей, забезпечуються в порядку державного соціального страхування: допомогою з тимчасової непрацездатності, а жінки, крім того, допомогою по вагітності, пологів та догляду за дитиною до досягнення нею трирічного віку; допомогою з нагоди народження дитини, допомогою на поховання; пенсіями по старості, по інвалідності, у зв'язку з утратою годувальника, а також пенсіями за вислугу років, установленими для деяких категорій працівників.

Зазначені види соціальних виплат знаходяться у сфері регулювання галузі права соціального забезпечення та становлять її окремі правові інститути. Кодекс законів про працю України лише частково регулює питання соціального страхування працівників. У зв'язку з реформою системи соціального забезпечення проведено розмежування, розділення джерел фінансування соціального забезпечення.

Пенсії виплачуються за рахунок коштів пенсійного страхування зі спеціально створеного для цієї мети Пенсійного фонду України. Порядок формування і використання фонду встановлено Законом України «Про збір на обов'язкове державне пенсійне страхування» від 26.06.1997 і Положенням про Пенсійний фонд України, затвердженим Постановою Кабінету Міністрів України від 01.06.1994 (із подальшими доповненнями та змінами).

Закон України, відповідно до Конституції України (254к/96-ВР) та Основ законодавства України про загальнообов'язкове державне соціальне страхування (16/98-ВР), визначає правову основу, економічний механізм та організаційну структуру загальнообов'язкового державного соціального страхування громадян від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання, які призвели до втрати працездатності або загибелі застрахованих на виробництві (далі – страхування від нещасного випадку).

Страхування від нещасного випадку є самостійним видом загальнообов'язкового державного соціального страхування, за допомогою якого здійснюється соціальний захист, охорона життя та здоров'я громадян у процесі їхньої трудової діяльності. Згідно зі ст. 14 Кодексу законів про працю, нещасний випадок – це обмежена в часі подія або раптовий вплив на працівника небезпечного виробничого фактора чи середовища, що сталися у процесі виконання ним трудових обов'язків, унаслідок яких заподіяно шкоду здоров'ю або настала смерть.

Перелік обставин, за яких настає страховий випадок, визначається Кабінетом Міністрів України за поданням спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади.

В окремих випадках за наявності підстав Фонд соціального страхування від нещасних випадків може визнати страховим нещасний випадок, що стався за обставин, не визначених передбаченим частиною другою цієї статті переліком.

До професійного захворювання належить захворювання, що виникло внаслідок професійної діяльності застрахованого та зумовлюється виключно або

переважно впливом шкідливих речовин і певних видів робіт та інших факторів, пов'язаних із роботою.

Перелік професійних захворювань за поданням спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади затверджується Кабінетом Міністрів України.

В окремих випадках Фонд соціального страхування від нещасних випадків може визнати страховим випадок захворювання, не внесе до переліку професійних захворювань, передбаченого частиною п'ятою цієї статті, якщо на момент прийняття рішення медична наука має нові відомості, які дають підстави вважати це захворювання професійним.

Страхування від нещасного випадку здійснює Фонд соціального страхування від нещасних випадків – некомерційна самоврядна організація, що діє на підставі статуту, який затверджується її правлінням.

Фонд соціального страхування від нещасних випадків є юридичною особою, має печатку із зображенням Державного Герба України та своїм найменуванням, а також емблему, яка затверджується його правлінням.

У разі настання страхового випадку Фонд соціального страхування від нещасних випадків зобов'язаний у встановленому законодавством порядку:

1) своєчасно та в повному обсязі відшкодувати шкоду, заподіяну працівникові внаслідок ушкодження його здоров'я або в разі його смерті, виплачуючи йому або особам, які перебували на його утриманні:

а) допомогу у зв'язку з тимчасовою непрацездатністю до відновлення працездатності або встановлення інвалідності;

б) одноразову допомогу в разі стійкої втрати професійної працездатності або смерті потерпілого;

в) щомісяця грошову суму в разі часткової чи повної втрати працездатності, що компенсує відповідну частину втраченого заробітку потерпілого;

г) пенсію по інвалідності внаслідок нещасного випадку на виробництві або професійного захворювання;

г) пенсію у зв'язку з утратою годувальника, який помер унаслідок нещасного випадку на виробництві або професійного захворювання;

д) грошову суму за моральну шкоду за наявності факту заподіяння цієї шкоди потерпілому;

е) допомогу дитині відповідно до статті 9 цього Закону;

2) організувати поховання померлого, відшкодувати вартість пов'язаних із цим ритуальних послуг відповідно до місцевих умов;

3) сприяти створенню умов для своєчасного надання кваліфікованої першої невідкладної допомоги потерпілому в разі настання нещасного випадку, швидкої допомоги в разі потреби його госпіталізації, ранньої діагностики професійного захворювання;

4) організувати цілеспрямоване та ефективне лікування потерпілого у власних спеціалізованих лікувально-профілактичних закладах або на договірній основі в інших лікувально-профілактичних закладах із метою як найшвидшого відновлення здоров'я застрахованого;

5) забезпечити потерпілому разом із відповідними службами охорони здоров'я за призначенням лікарів повний обсяг постійно доступної, раціонально організованої медичної допомоги, яка повинна включати;

а) обслуговування вузько профільними лікарями та лікарями загальної практики;

б) догляд медичних сестер удома, у лікарні або іншому лікувально-профілактичному закладі;

в) акушерський та інший догляд удома або в лікарні під час вагітності та пологів;

г) утримання в лікарні, реабілітаційному закладі, санаторії або в іншому лікувально-профілактичному закладі;

г) забезпечення необхідними лікарськими засобами, протезами, ортопедичними, коригуючи ми виробами, окулярами, слуховими апаратами, спеціальними засобами пересування, зубопротезування (за винятком протезування з дорогоцінних металів).

Згідно зі ст. 25, усі види страхових виплат і соціальних послуг застрахованим та особам, які перебувають на їх утриманні, а також усі види профілактичних заходів, передбачених статтями 21 та 22 цього Закону, провадяться Фондом соціального страхування від нещасних випадків за рахунок коштів цього Фонду.

Фонд соціального страхування від нещасних випадків забезпечує фінансування заходів, передбачених державними цільовими, галузевими, регіональними програмами поліпшення стану безпеки, умов праці та виробничого середовища, планами наукових досліджень з охорони та медицини праці, навчання підвищення кваліфікації відповідних спеціалістів із питань охорони праці, організації розроблення і виробництва засобів індивідуального та колективного захисту працівників, розроблення, видання, розповсюдження нормативних актів, журналів, спеціальної літератури, а також інших профілактичних заходів відповідно до завдань страхування від нещасних випадків.

Загалом поняття «соціальне партнерство» науковці розуміють як систему колективних відносин між найманими працівниками, роботодавцями, державою, яка забезпечує реалізацію їхніх соціально-економічних прав та інтересів. Сутність соціального партнерства розкривається через його функції:

1) воно може виступати механізмом узгодження соціальних інтересів з урахуванням їх суперечностей;

2) воно може бути засобом реалізації соціальної політики, що забезпечує участь усіх соціальних суб'єктів в організаційно-управлінській діяльності.

При цьому соціальне партнерство може забезпечити взаємодію соціальних суб'єктів у будь-якій сфері: економічній, політичній та ін.

Наша держава у соціальному партнерстві існує в декількох напрямках: законодавця, власника, посередника, працедавця, робітника. Працівник, укладаючи трудовий договір, користується підтримкою держави та профспілки, працедавець – держави та організації працедавців, як було вище зазначено.

Узгодження інтересів найманих працівників і власників капіталу у сфері соціально-трудових відносин здійснюється шляхом переговорів і завершується укладанням колективних договорів і угод. На рівні суспільства предметом переговорів стають основні напрями соціально-економічної політики держави, включаючи розроблення показників соціального добробуту громадян, системи соціальних гарантій для всього населення, а також заходів із захисту інтересів суб'єктів соціально-трудових відносин. Усі рішення підвищення цін та збільшення заробітної плати приймаються Націо-

нальною радою за поданням комісій із законотворчої діяльності та мінімальних державних соціальних стандартів і запропонованої комісії із цін та ціноутворення. Тобто державне регулювання цін, законодавче запровадження соціальних стандартів і регулювання в системі соціального партнерства – це процеси взаємопов'язані, що мають комплексно доповнювати один одного. Нормативно-правовим актом, що закріпив терміни «соціальне партнерство» та «сторони соціального партнерства», є Закон України «Про організації роботодавців» від 24 травня 2001 р. № 2436-III. Згідно зі ст. 1 цього Закону, соціальне партнерство визначається як система колективних відносин між найманими працівниками, роботодавцями, виконавчою владою, які є сторонами соціального партнерства у ході реалізації їхніх соціально-економічних прав та інтересів [4].

Висновки. Таким чином, пріоритетними для Української держави у сфері соціального партнерства, соціальної політики та соціального забезпечення є ті напрями, які безпосередньо впливають на життєвий рівень населення. Це захист малозабезпечених, боротьба з безробіттям, регулювання сфери трудових відносин.

Однак у світовій практиці існує низка інших напрямів, які теж належать до сфери соціального партнерства і соціальної політики, але притаманні, як правило, більш розвиненим державам.

Для нормального функціонування соціально орієнтованої ринкової економіки України й успішного створення ефективного соціально-захисного механізму необхідні такі конкретні кроки, як негайне прийняття і неухильне впровадження у життя нормативно-законодавчих актів, спрямованих на підвищення зайнятості та забезпечення державою соціальної підтримки населення.

В умовах глобальної фінансово-економічної кризи система партнерського регулювання соціально-економічних і трудових відносин повинна бути не лише засобом стабілізації соціально-економічного розвитку, а й інструментом прогресивних перетворень у суспільстві.

Система соціального партнерства може ефективно функціонувати тільки за певних умов: коли економіка розвивається, а держава проводить активну соціальну політику із захисту інтересів населення.

Список використаних джерел:

1. Балабанова Н.В., Жуков В.І., Пилипенко В.Є. Соціальний діалог. Соціальне партнерство. Соціальна держава. Київ, 2002. 189 с.
2. Жуков В., Скуратівський В. Соціальне партнерство в Україні : навчальний посібник. Київ : УАДУ, 2001. 120 с.
3. Семігін Г.Ю. Социальное партнерство в современном мире. Москва : Мысль, 1996. 208 с.
4. Закон України «Про організації роботодавців» від 24 травня 2001 р. № 2436-III.
5. Социальная политика правительства. *Время*. 2006. № 132. С. 2.
6. Сирота И.М. Все о пенсиях, пособиях, социальной защите граждан Украины : научно-практический комментарий ; 4-е изд., перераб. м доп. Харьков : Одиссей ; Фолио, 2013. 687 с.
7. Закон Украины «О сборе на обязательное социальное страхование» от 26.06.1997 (с изменениями и дополнениями 2019 г.). *Ведомости Верховной Рады*. 1997. № 37. С. 238.
8. Конституція України.
9. Сташкін Б. Норми права соціального забезпечення. *Право України*. 2016. № 2. С. 74–78.
10. Про державну соціальну допомогу малозабезпеченим сім'ям : Закон України від 1 червня 2000 р. № 1768 – III (зі змінами та доп. 2018 р.). *Відомості Верховної Ради України*. 2000. № 35. С. 662–665.
11. Трудове право України : підручник / Н.Б. Болотіна та ін. Київ : Знання, 2014. 563 с.
12. Генеральна угода між Кабінетом Міністрів України, всеукраїнськими об'єднаннями організацій роботодавців і підприємців та всеукраїнськими профспілками і профоб'єднаннями на 2010–2011 роки. URL: <http://zacon.nau.ua>.

References:

1. Balabanova N.V. (2002) Social dialogue. Social partnership. Social state / N.V. Balabanova, V.I. Zhukov, V.E. Pilipenko // Acad. Labor and Social Relations. Kyiv. 189 p.
2. Zhukov V. (2001) Social partnership in Ukraine: textbook. Manual / V. Zhukov, V. Skuratovsky. Kyiv: UADU Publishing House. 120 p.
3. Semigin G.Yu. (1996) Social partnership in the modern world / G.Yu. Semigin. Moscow: Mysl. 208 p.
4. Law of Ukraine "On Employers' Organizations" of May 24, 2001 № 2436-III. 5. Social policy of the government. *Time*. 2006-32132. p. 2.
6. All about pensions, benefits, social protection of citizens of Ukraine: (Nauch.-prakt. Komment. I sb. Normat. Aktov) / Sirota I.M., 4th ed., Reworked. And add. Kharkiv: "Odyssey": Folio, 2013. 687 p.
7. Law of Ukraine "On the collection of compulsory social insurance" of 26.06.1997 (with changes and additions in 2019.). *Vedomosti Verkhovnoi Rady*, 1997. No. 37, p. 238.
8. The Constitution of Ukraine.
9. Stashkin B. (2016) Norms of social security law. *Law of Ukraine*, no. 2, pp. 74–78.
10. On state social assistance to low-income families: Approved on June 1, 2000. № 1768 – III (with changes and additions in 2018). *From the Verkhovna Rada of Ukraine*. 2000. No. 35, pp. 662–665.
11. Labor law of Ukraine: Ed. / (N.B. Bolotina, T.M. Dodina, etc.). Kyiv: Knowledge, 2014. 563 p.
12. General Agreement between the Cabinet of Ministers of Ukraine, all-Ukrainian associations of employers 'and entrepreneurs' organizations and all-Ukrainian trade unions and trade unions for 2010–2011. Available at: <http://zacon.nau.ua>.

UDC 352.07:339.138

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/162-2>**Rosokhata Anna**

PhD,

Sumy State University

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6944-1515>**Letunovska Nataliia**

PhD,

Sumy State University

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8207-9178>**Jasnikowski Adam**

Postgraduate student,

Sumy State University;

Director, Fundacja EUROWEEK, Poland

Moiseienko Daria

Bachelor student,

Sumy State University

Росохата А.С., Летуновська Н.В., Ясніковські А.М., Моїсєєнко Д.В.

Сумський державний університет

MARKETING SERVICES MIX FOR HEALTHY TERRITORIES: EUROPE – UKRAINE FEATURES

The peculiarity of healthy territories is that this concept is complex and multifaceted. It includes implementing a healthy economy in some territory and security of public health in a particular territory. Therefore, from the standpoint of the territories' marketing as a component of the country's economy, it should be considered comprehensively. Usually, it is customary to use the 4P complex for territory marketing, but when we research a healthy territory, this concept is continually changing over time and shaping its image. In this case, for the implementation of healthy territories marketing and its image, it is advisable to use additional elements of the marketing mix, which can describe the processes and the human factor and the conditions of the territory marketing.

Keywords: healthy territories, marketing services mix, territory image, territories marketing, marketing of healthy territories.

JEL classification: F20, L14, M31, O52

КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГУ ПОСЛУГ ДЛЯ ЗДОРОВИХ ТЕРИТОРІЙ: ОСОБЛИВОСТІ ЄВРОПИ ТА УКРАЇНИ

Особливістю здорової території є те, що це поняття є комплексним і різностороннім. Воно включає в себе як реалізацію здорової економіки на конкретній території, так і безпеку про здоров'я громадянина певної території. Стаття присвячена всебічному дослідженню такої категорії як «здорова територія» в умовах формування здорової економіки. Під поняттям здорової економіки розуміється максимально ефективно та оптимальне використання наявних ресурсів із балансуванням очікуваних вигод для всіх учасників економічних процесів на певній території. Реалізація цього підходу можлива з урахуванням та дотриманням цілей сталого розвитку в цілому та реалізацією потенціалу кожної окремої особистості щодо участі у процесах, що формують її оточення та сфери життєдіяльності, сприяють розвитку громад на регіональному рівні та в рамках окремих територій. Для вирішення цього завдання використовуються інструменти комплексу маркетингу, що спрямовані на вирішення завдань з просування та формування іміджу здорових територій та здорових економік. З позиції маркетингу території як складової економіки країни її необхідно розглядати комплексно. Зазвичай, прийнято використовувати до маркетингу території комплекс 4Р, але якщо говорити про здорову територію, то це поняття в більшій мірі є процесом, який постійно видозмінюється в часі та формує імідж. Саме тому у даному випадку для здійснення маркетингу здорових територій та його іміджу доцільно використовувати додаткові елементи комплексу маркетингу, які можуть описати процеси та людський фактор, а також умови, у яких реалізується маркетинг території. Так, у статті відображено розподіл територіального маркетингу на дві основні складові – маркетинг територій і маркетинг на території. З огляду на це, проаналізовані складові класичного 4Р маркетингового міксу з їхньою деталізацією щодо фактичної реалізації у системі маркетингу здорових територій. Стаття представляє пропозицію щодо долучення до класичних 4Р елементів маркетингового комплексу три додаткових, які використовуються в маркетингу послуг. У подальшому пропонується їхня адаптація за змістом та наповненням до вирішення завдань маркетингу здорових територій. Крім того, у статті проаналізовані та наводяться приклади застосування розширених елементів комплексу маркетингу послуг у маркетингу окремих європейських територій (країн, міст), де зазначаються особливості маркетингового просування та позиціонування. І як результат, дослідження зводиться до аналізу обраної території в Україні (Сумський регіон). Для формування маркетингового міксу цієї території проведено SWOT-аналіз та запропоновано кроки щодо ефективного позиціонування Сумського регіону на світовій арені як здорової території з позиції комплексу маркетингу послуг.

Ключові слова: здорові території, комплекс маркетингових послуг, імідж території, маркетинг території,

маркетинг здорових територій, позиціонування здорового регіону.

Problem statement. Nowadays, there are many actual questions for ineffective works of territorial communities' management on healthy territories' marketing services. The number of countries that respect the development of their territory and territorial marketing is highly significant. There is a question about the economic development of each country and each territory separately.

Given the precarious economic situation in Europe and Ukraine that started in 2020, one can see reducing the investment component and volatile state aid for some territory. It should understand that development of resource territories' potential will increase the competitiveness of marketing services among other more balanced territories.

The territory image has an influential character on the economic situation and the economy as a whole. The territory image and reputation are perhaps the essential factors in promoting marketing services in all countries.

Analysis of recent research and publications.

Such scientists as G. Ashworth [1, 2], F. Kotler [16], V. Vakulenko [29], I. Drobiazko [8], P. Pankrukhin [21], D.V. Vizgalov [32], T. Zhabinska [31], M. Oklander [32] etc. performed the research of marketing services tools. They showed considerable interest and made a significant contribution to the development of local marketing. Dinnie Keith [6; 7], Yu. Shatava, M. Karpishchenko [35] analyzed different categories in territories marketing. The researchers' main goal was to promote the image and reputation of the territory to give an opportunity for potential users of the territory to fully realize and analyze their distinctive features of advantage to distinguish their territory from others. Note that the concept of "marketing territories" scientists understand both the marketing of the region and the city's marketing in general.

The article aims to study and analyze the elements of the marketing complex for a healthy economy and relevant tools for its implementation.

Tasks of the article:

- to substantiate the approach to the formation of the territorial marketing complex;
- to explore marketing tools for healthy areas;
- to determine the features of the marketing of healthy areas of Europe;
- to analyze the peculiarities of the application of elements of the marketing complex in Ukraine on the Sumy region's example.

Presenting the main material. There are a few types of territorial marketing. Some people believe that marketing of territories is used only at the level of the country and region, reflecting and taking into account the specifics of a particular region, such as V. Vakulenko [29], I. Drobiazko [8], C. Yermeev [10], F. Kotler [17]. Others believe that marketing of the territory (of each city together) carries out the implementation of improving the image and reputation and self-awareness. Applying the so-called set of marketing tools, namely advertising and public relations (N. Ilchenko [12; 13], V. Shchelkunov, V. Gramotnev, V. Matveev [25]).

In our opinion, the marketing of territories is two completely independent interpretations of words. The term "marketing" means a holistic system of selling goods or services from producer to potential consumer, which includes market and competitor analysis, packaging

development and design, consumer and sales incentive system, and advertising.

At the present stage of domestic and foreign scientific thought development, the "region" concept has become widespread. Despite this, there is no single point of view on this concept's essence, which is due to the possibility of ambiguous interpretation of this category. According to V. Symonenko, the economic territory is a region that stands out for its economic and geographical location, natural, labor resources, specialization, economic structure, the integrity of environmental, demographic, and other issues, its role in the international division of labor.

Therefore, territorial marketing is a specialized marketing used by certain territories in their interests to change their opinion and impressions. The purpose of territorial marketing is to create, maintain, or change the opinions, intentions, and behavior of parties interested in improving and enhancing the territory.

Marketing of healthy areas involves the implementation of marketing activities for the effectiveness of a healthy economy. A healthy economy in a particular area involves:

- effective use of economic, scientific, labor potential for dynamic production of goods and services in healthy areas;
- creating equal conditions for balanced socio-economic development of the regions;
- ensuring compliance with state social guarantees for every citizen, regardless of his place of residence.

The main task of marketing areas is to find resources in the directive of competing regions and find ways to separate and position their region to differ from all other identified target groups. Healthy marketing areas' task is to select and implement marketing activities that will promote the permission to take an exact and leading position in conditions of increased inter-territorial competition.

Healthy marketing goals:

- maintaining the competitiveness of enterprises located in the region;
- the attraction of new potential clients (enterprises) to the region;
- increasing the visibility of the territory outside the country.

Territory marketing is explicitly targeted at the territory and is implemented both inside and outside it. On-site marketing concerns a specific product or organization operating in the territory. Both marketing environments are components of territorial marketing (Figure 1).

The appearance of the city, buildings, jobs, housing, and various services as elements of urban goods, complementing residents' skills and abilities, their traditions and culture, together create the image of the city and its idea. The marketing of territories is often considered from the standpoint of marketing tools and are called "marketing mix 4P" (Table 1).

A marketing strategy can strengthen the company's position in the market and significantly increase its economic efficiency. Many people traditionally associate marketing with sales. However, its potential is much more comprehensive.

Once again, we have the opportunity to see this by applying multifaceted methods and principles in territorial marketing.

Marketing tools that make it possible to promote territorial marketing:

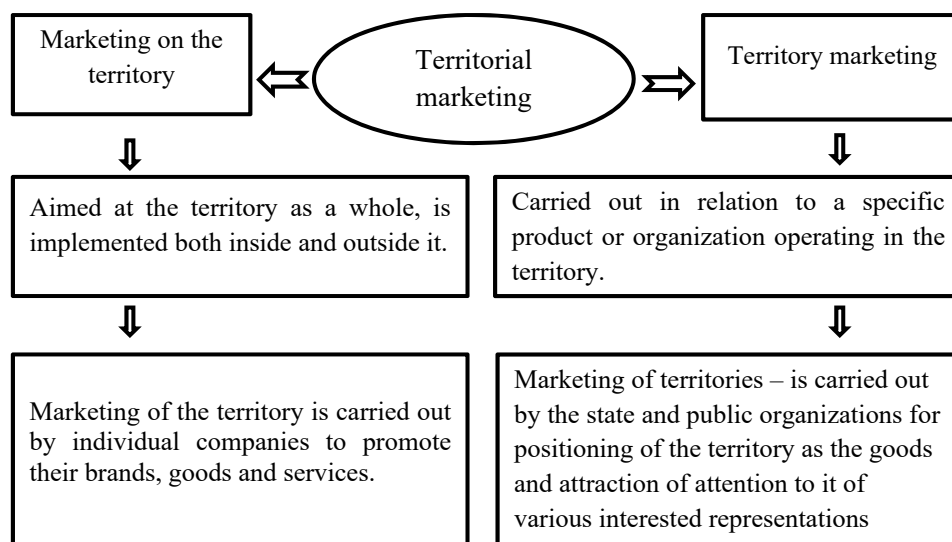


Figure 1. Territorial marketing and territorial marketing as part of territorial marketing

Table 1

Components of the marketing complex 4P for marketing territory

"4P" in the marketing of territories			
Product	Price	Place	Promotion
The product in territorial marketing is the territory. For the territory to develop effectively, it is first necessary to conduct a detailed description, analysis, and assessment of the territory's competitiveness. The advantages for the territory are location (geographical location), raw material resources, quality of life, infrastructure, level of business development of the small, medium, large enterprises, access to capital, etc.	The concept of the price will mean the action that the entrepreneur expects after the effective promotion of the object. How satisfied he will be with the expected result. That is the costs of the inhabitants of the territory. The price factor includes many components: the cost of utilities, local taxes, the cost of overcoming administrative barriers, sponsorship, charity, and so on.	These are actions that are related to the product and its sale to the final consumer. It is difficult to characterize this component because the place of sale of goods or services almost always remains the same. Therefore, there are almost no intermediaries. This element of the territorial marketing complex consists of establishing business relations with other territories, organizing various fairs and exhibitions, concluding contractual relations with potential clients (for example, people who want to move to the city). Guidelines for the localization of territorial marketing can be the placement of raw materials, transport accessibility, personnel, and consumers' flow.	Marketing communication allows local governments to establish close ties with the local community. To form the city and the region's appearance, to characterize the socio-economic profile, to identify the advantages and disadvantages of marketing areas, to learn the wishes of people, to form strategic and tactical decisions on modernization. It is possible to promote territorial marketing in a general way or specifically targeted. The general dissemination of information aims at acquainting all recipients with it properly. The action aims at the emergence of new investors and sponsors.

- advertising;
- PR (public relations);
- propaganda;
- personal contacts (personal sale);
- sales promotion;
- branding;
- direct marketing;
- sponsorship.

First of all, one must determine where advertising and distribution, and communication channels will be directed. After that, we develop media, form volumes of information, display modes, track its impact, and adjust.

Targeted promotion is more focused and active in its purpose. Actions aim at exit and interaction with already familiar investors, correctly selected target audience, is used the Internet e-mail.

The subjects can be local governments (deputies), various representations of territories, and specially informed

people looking for potential investors and contacts with them (from the beginning to project financing). Usually, the budget for this promotion is quite useful. The better the goals and objectives are set, the more efficient and effective the program will be.

M. Oklander and D. Vizgalov [34] propose a slightly different concept of "4P" of territorial marketing (city). It is almost indistinguishable from the classic marketing complex but is partially modified.

It includes:

- structural policy;
- fiscal policy (adjustment of prices, taxes, tariffs, provision of tax credits, credit guarantees, etc.);
- policy to improve the formation of channels of physical distribution of economic entities (establishment and conclusion of contractual relations with other territories, organization of fairs and exhibitions);
- the policy of effective promotion of territorial

marketing (conducting campaigns to improve, adjust, and maintain a positive image of the territory).

In the theory of marketing of the region and the city, sometimes the classical concept of the complex "4P" is supplemented by additional elements and becomes a marketing complex "7P".

A. Shromnik [26] proposed a new approach to marketing activities at the region and the city as a whole. "Marketing mix" acquires significant value in the field of services used in territorial marketing. Local governments' activities are closely linked to the promotion of services to internal and external customers and go beyond the impossible. Therefore, marketing relevance is gaining momentum and goes beyond the classical concept.

In the theory of marketing, M. Florek [11] proposed to supplement the complex "4P" with two additional elements (staff, people). In turn [12; 25], the scientists suggest to allocate the following components:

- staff;
- physical records;
- process.

These concepts are ideal for marketing areas, as the vast majority of local governments focus on providing all types of services. Each region and city forms its complex from 4P marketing areas to 7P, for successful use. This is determined by the harmonious combination of its tools and

coordination with the territory's strategic goals. Elements of 7P are already used in the marketing of some European countries (Table 2), and this, in combination with other tools, helps them come to a healthy economy.

Factors determining the need for active implementation of territorial marketing in the tools of regional policy:

– the need to find a niche for this area among the influential areas of the world. For example, the brand capital of Paris is a tourist attraction, Germany is a car power, London is a financial center, Singapore is the best airport in the world, Bangalore (India) is a software city;

– increasing responsibility for own marketing. Small towns are forced to look for strategies that would distinguish them in the market from all competitors;

– technological and communication revolution. It was believed that only such cities as London or Frankfurt could lead to financial and information services. However, now, these services are also provided in Prague, Dublin, or Krakow.

Having studied European countries' experience in the development of marketing of healthy areas, we have the opportunity to focus on specific areas of Ukraine. Yes, Ukraine is a reasonably large country to a greater extent compared to other European countries studied. It is advisable to consider a separate region, namely – Sumy region, as a territory for which it is urgent to carry out marketing activities to restore a healthy economy. Note

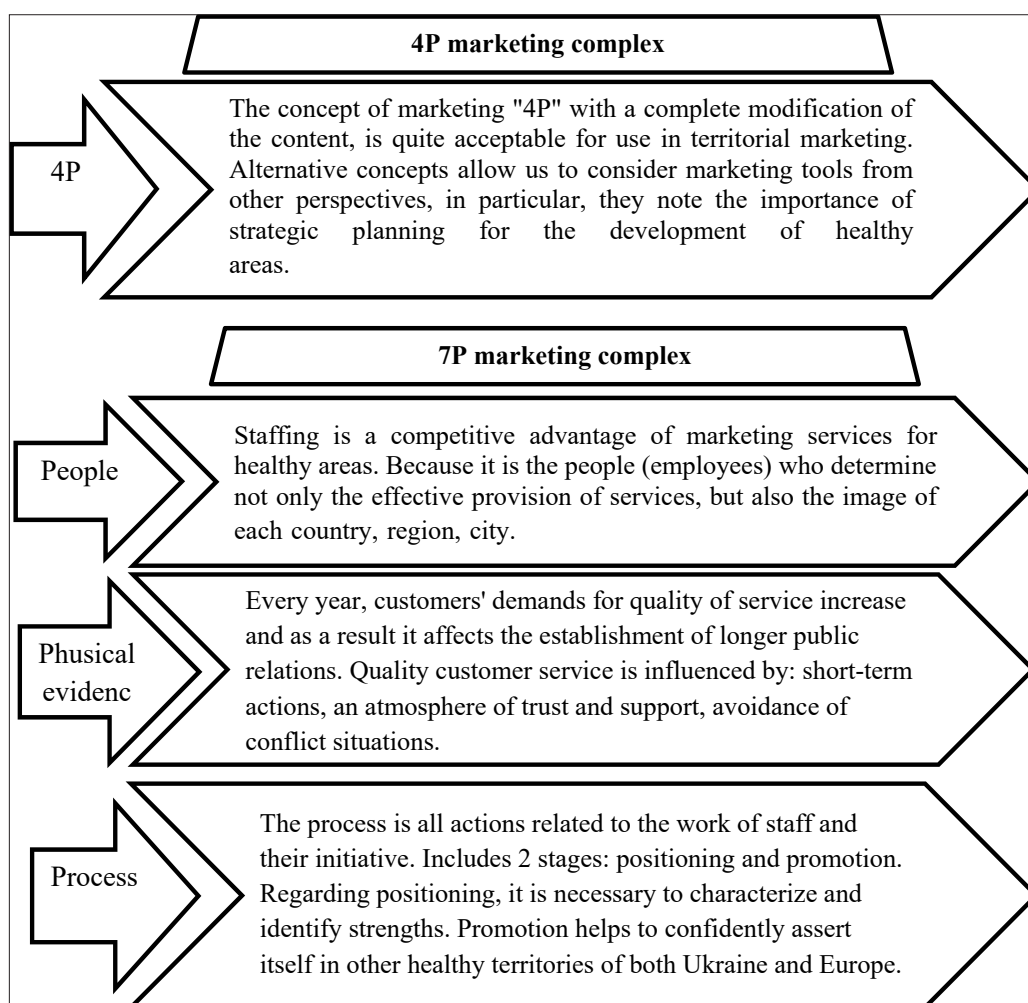


Figure 2. Expansion of the 4P marketing mix to 7P and detailing

Table 2

Analysis of some European countries orientation to the territories marketing using 7P elements

The country of Europe and its territories marketing orientation (the element of the marketing mix 7P)	Added elements of the 7P marketing complex for the territories of European countries		
	People	Physical evidence	Process
Sweden. It uses an approach to the development of the marketing component "people" (staff and the public)	They support the territory population's motivation to form a positive attitude towards guests, their involvement in the territory or city.	Sweden guarantees a tolerant, politically correct attitude to everyone, regardless of their views, values, and way of life, at the level of residents' everyday behavior, actions of the police and migration service, the entire administration, and other influential groups.	In Sweden, the marketing strategy of people (the population and staff) is the most advanced, as the Sweden positioning is based on the formation and maintenance of motivation into the territory
Denmark. It aims to provide support for marketing activities in the region from within.	The main task is, on the one hand, in the formation of local patriotism. On the other – in the formation and maintenance of friendly motivation within the region for non-regional residents and structures, their attractiveness to the region.	In Denmark, a system of visual identification has been developed, part of the famous multi-colored ovals with the inscription "Open". This idea means openness to tourists, new residents, and technology. It also means a willingness to tolerate, neutrally or positively perceive the possibility of a number of unusual ways of life of other people or peoples, their values and culture.	Denmark uses a self-developed urban marketing program based on the values of openness, innovation, tolerance, creativity to the people of the country. It is also open to tourists, modern and creative people and investments.
Helsinki. In media, the city is presented as a cultural center life, scientific and innovative, sports, dance, and street art.	Helsinki has numerous successful, world-renowned design bureaus and schools. Especially strong Finnish furniture and hi-tech designers.	The system of traditional Scandinavian "green" values has become key on the Helsinki platform of the city marketing brand. In this case, the branding strategy (environmental ideas) has become a fundamental tool in urban policy. A decision was made to reduce air pollution from the parking lot, financed from the city budget, by purchasing electric cars, cars with hybrid and diesel engines. Traffic has been optimized using state-of-the-art traffic control systems. In several "bottlenecks," the shortest exits on high-speed ring roads were broken, as a result of which drivers travel a shorter distance, use less fuel and do not pollute the environment.	The main tasks that the state of Helsinki set itself were: - ensuring attractiveness in three directions: as a place of residence, as a place of rest and as a place of business; - focus on the interests of citizens and investors as the main prerequisite for regional marketing. Today, the strategy of marketing attractiveness of the region prevails. However, the Helsinki region authorities are trying to develop an integrated approach to defining a marketing strategy, partially implementing each of the tasks.

that the current image of the city of Sumy is not bad enough compared to other cities in Ukraine.

For a detailed acquaintance with the city and the Sumy region's territory as a whole, a SWOT-analysis was conducted. SWOT-analysis, in this case, serves as an examination of the internal strengths (weaknesses) and weaknesses (weaknesses) of the region, opportunities (opportunities), and threats (threats) of the external environment.

For the region, it is characterized as follows:

- strengths – the advantages of the region (natural and acquired);
- weaknesses – shortcomings in the functioning of the region and its management;
- opportunities – factors and factors of the external environment, the use of which will allow the region to be better in the market and allow more successful development;
- threats – factors that can worsen the situation in the region.

After the SWOT-analysis, one identifies the strengths

and opportunities of the external environment from the most promising to the least promising, and weaknesses and threats – from the most severe and significant. This is the beginning of laying the foundation for selecting the target audience and further forming the marketing strategy of services for the selected area – the city of Sumy.

According to the SWOT analysis of Sumy, the vital point is the environment, which, combined with the beauty of natural forms, essential prerequisites for most opportunities – positioning Sumy as a "comfortable city" and overall reproduction of a healthy economy. Sumy region. A vital point is the creative, exciting, and talented people who live in this area and the existing mentality of integrity, mutual support, and understanding.

The weak point is the lack of quality information policy to promote the city as a product, lack of support and timely operational assistance from the state, and the existing syndrome of "provincial city". In order to implement the strategy of the city of Sumy and the region of Sumy region as a healthy territory and its positioning in Ukraine and the world, it is advisable to focus primarily on management

Table 3

SWOT-analysis of Sumy region as an object of territorial marketing

Favorable factors		Unfavorable factors
Internal factors	Strengths	Weaknesses
	1. Good and clean ecology of the city. 2. The average level of wages. 3. Unsurpassed beauty of nature. 4. Opportunity to obtain higher education in prestigious universities. 5. Respect for the guests of the city. 6. Opportunities to open business. 7. The presence of tourist attractions with related infrastructure. 8. Saturated cultural life. 9. High activity of youth and public sector.	1. Lack of quality information policy to promote the city as a product. 2. Outflow of able-bodied population abroad. 3. Low level of tourist attractiveness. 4. High unemployment and at the same time labor shortage. 5. There is a syndrome of "provincial city". 6. A small number of architectural structures.
External factors	Opportunities	Threats
	1. Raising the rating among other cities. 2. Opportunity to position Sumy as a "comfortable city". 3. Positive changes in legislation. 4. Obtaining cheap foreign loans. 5. Obtaining external financial resources for the implementation of European projects.	1. Strong competition with neighboring territories. 2. Inflation. 3. The threat of deteriorating the perception of the Sumy region's brand as a separate territory. 4. Instability of the political situation. 5. Ecological pollution of the region.

efforts on specific components of the marketing services complex (7P).

The component "People" is singled out as one that is the most promising for the further development of marketing of the territory to stabilize a healthy economy. Figure 3 presents the main groups of the component "People" (People) marketing complex 7P for marketing in the Sumy region and Sumy.

One characterizes the Sumy region in terms of the marketing strategy of services provided to residents. If to ask Sumy residents do they like the city where they live, most would say: yes. Sumy region and the city itself is comfortable to live. Here are the main factors that influence this:

- convenient geographical location;
- exciting and rich historical and cultural heritage;
- city of information technologies;
- center of good education;
- provision of a wide range of medical services;
- variety of opportunities for leisure;

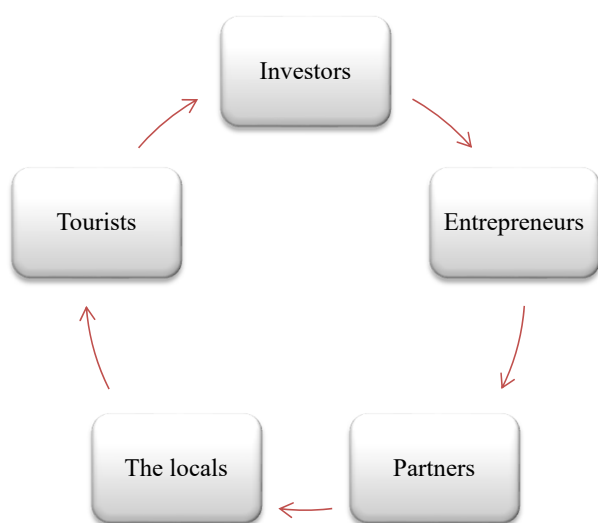


Figure 3. The main groups of the target audience in Sumy

- effective management;
- active public.

First of all, it is necessary to compare the functions of marketing management of the city clearly:

1. Development of a strategy for the development of the city of Sumy.
2. Monitoring and evaluating the effectiveness of the Sumy City Development Strategy.
3. Finding ways to carry out investment activities in the city of Sumy.
4. Attracting additional sources of funding for the implementation of the proposed projects.
5. Clear organization of work to create a marketing strategy.
6. Development and implementation of marketing activities for building the image of the city.
7. Creating conditions for tourism development in Sumy and the region. They are finding ways to expand the range of services in the hospitality industry, creating and improving the city's unique tourist offer.

Therefore, one of the prerequisites for the successful implementation of marketing strategy – is to convey information about it to as many residents of the community, stimulate their activity and involvement in the implementation process.

Conclusions. So, for each region and city in particular and each territory, it is possible to find remarkable differences between competitors. The use of marketing services tools is gaining importance in today's environment. This is evidenced by scientific publications, which are increasingly appearing in this field and practical developments.

Local governments have not had a systematic approach to good marketing activities yet. Therefore, we conclude that this issue will take time to resolve and different options for finding events. An insufficient number of economic marketing strategies developed in Ukraine leads to a low image of regions and cities. The use of territorial marketing concepts in the development of economic strategies will make it possible to attract investment to the region more successfully, increasing the attractiveness among foreign

countries. In general, it will improve the territories' image and have a positive impact on their socio-economic situation.

References:

1. Ashworth G.J., Voogd H. (1990) Selling the city: marketing approaches in public sector urban planning. Belhaven, London. 178 p.
2. Ashworth G.J., Markowski T., Voogd H. (1990) Selling the City. Marketing Approaches in Public Sector Urban Planning. London: Belhaven Press.
3. Rosokhata A., Saher L., Stoyanets N., Butrym O. (2020) Impact Of Highly Qualified Personnels Migration On Economic And Innovative Development. 35th IBIMA Conference: 1–2 April 2020, Seville, Spain.
4. Bilan Y., Lyeonov S., Lyulyov O., Pimonenko T. (2019) Brand management and macroeconomic stability of the country. *Polish Journal of Management Studies*, no. 19, pp. 61–74.
5. Current issues of public administration: Coll. Science. works / editor. G.I. Mostovy, V.Ya. Ambrosov, O.Yu. Amosov and others. Kharkiv: RINADU «Master», 2011. No. 3 (18). 272 p.
6. Dinnie Keith (2011) City Branding: Theory and Cases. 1 edition. Palgrave Macmillan. 256 p.
7. Dinnie Keith (2007) Nation branding: Concepts, Issues, Practice. Taylor & Francis. 288 p.
8. Drobiazko I.M. (2007) Possibilities of using marketing technologies in the activities of local governments. State Construction: [electronic scientific professional publication of the Kharkiv Regional Institute of Public Administration of the National Academy of Public Administration under the President of Ukraine]. No. 1, part 2. Available at: <http://www.nbu.gov.ua>.
9. Drobiazko I.M. (2008) Territorial marketing as a mechanism for improving the efficiency of local government. *Theory and practice of public administration*: collection. Science. pr. Kharkiv: HarRI NAPA Publishing House "Master". Issue. 2 (21), pp. 149–153.
10. Eremeev S.N. (2008) Formation and improvement of the image management mechanism of the region. *Problems of theory and practice of economic systems management*. Moscow: Yzd-vo RAHS.
11. Florek M. (2006) Podstawy marketingu terytorialnego. Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, 187 p.
12. Ilchenko N.V., Mazur R. (2010) The concept of participation and methods of involving the population in the development of the territorial community. *State management: improvement and development*, no. 7. Available at: <http://www.dy.nayka.com.ua>.
13. Ilchenko N.V. (2009) Community marketing – a means of economic development of the community / N.V. Ilchenko, M.K. Grigor. *Proceedings of the X International Conference "Theory and Practice of Modern Economy"*. Cherkasy: ChTTU. Vol. 2, pp. 37–39.
14. Knyazeva I.V. (2007) Marketing of territories / I.V. Knyazeva, E.V. Shevtsova. Novosibirsk: SibAGS, 200 p.
15. Klody N.A. (2016) Economics feelings and experiences in tourism and management, teach, guide for Magistrate. Moscow.
16. Kotler F. (2015) How to conquer cities and countries. Moscow: Exmo.
17. Kotler P., Haider D.H., Rein I. (1993) Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations. The Free Press, New York. 400 p.
18. Keller K.L. (2007) Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity. Upper Saddle River. Prentice Hall, New Jersey. 692 p.
19. Moroz L.A. (2002) Marketing: Textbook / L.A. Moroz, N.I. Chukhray; For order. L.A. Frost. – 2nd type. Lviv: National University "Lviv Polytechnic" (Information and Publishing Center "INTELLECT+" of the Institute of Postgraduate Education), "Intellect-West", 244 p.
20. Oleschuk M.G., Lyeonov S.V. (2014) Activities of credit unions: world experience and prospects of operation on the domestic market of credit services. *Problems and prospects of development of the banking system of Ukraine*: coll. Science. Works, UABS NBU, no. 39, pp. 117–126.
21. Pankrukhin A.P. Marketing territories. with. 51.
22. Pankrukhin A.P. Marketing territories. with. 23–27.
23. Pimonenko T. (2018). Ukrainian Perspectives for Developing Green Investment Market: EU Experience. *Economics and Region*, no. 4 (71), pp. 35–45.
24. Rahmanov F., Aliyeva R., Rosokhata A., Letunovska N. (2020) Tourism Management in Azerbaijan Under Sustainable Development: Impact of COVID-19. *Marketing and Management of Innovations*, no. 3, pp. 195–207. DOI: <http://doi.org/10.21272/mmi.2020.3-1>.
25. Saher L.Yu., Syhyda L.O., Gryshova I. (2018) Current state and prospects for the development of innovative activity of industrial enterprises in Ukraine and the world. *Innovative management: theoretical, methodical and applied grounds*. 1st edition, Prague Institute for Qualification Enhancement: Prague, pp. 83–96.
26. Shchelkunov V., Bondarenko V., Karakay Y., Gramotnev V., Matveev V., Chekhomsky V., Romanovsk R. (2005) Marketing of regions: investment aspects. Kyiv: Naukova Dumka, 176 p.
27. Szromnik A. (1997) Marketing terytorialny – geneza, rynki docelowe i podmioty oddziaływania. *Marketing terytorialny. Strategiczne wyzwania dla miast i regionów*: pod red. T. Domaskiego. Łódź: Uniwersytet Łódzki, 216 p.
28. Szromnik A. (2011) Marketing terytorialny jako atwrbut rynkowej orientacji miast i regionów // Grzegorzczak A., Kochaniec A. (eds.) *Kreowanie wizerunku miast*. Warszawa: Wyższa Szkoła Promocji, pp. 18–41.
29. Ugryumova A.A. (2016) Regionalna ekonomika i upravlinnia / A.A. Ugryumova, E.V. Yerokhina, M.V. Savelieva. Moscow.
30. Vakulenko V. (2002) Urban marketing as a tool for strategic planning of economic development of the city. *Management of the modern city*, no. 4–6 (6). pp. 92–95.
31. Vasylieva T., Lyulyov O., Bilan Y., Streimikiene D. (2019) Sustainable economic development and greenhouse gas emissions: The dynamic impact of renewable energy consumption, GDP, and corruption. *Energies*, no. 12 (17). DOI: 10.3390/en12173289.
32. Vasilchenko G. (2010) Community passport as analytical information for managing the development of the territory. *Economic analysis*, vol. 6. pp. 392–395.
33. Vizgalov D.V. (2011) Branding of the city. Moscow: Foundation "Institute of City Economics".
34. Vizgalov D.B. Branding of the city, p. 14.
35. Vizgalov D., Mykhailo O. (2015) Let the city live / comp. M. Gubergritz, N. Zamyatina, M. Dedovsky. Moscow: ector.
36. Shatava Yu.L., Karpishchenko M.Yu. (2012) The mechanism of territorial branding development. *Marketing and Management of Innovations*, no. 4, pp. 324–329.
37. Tielietov O.S., Letunovska N.Ye. (2014) Organizational and economic mechanism of industrial enterprises social infrastructure management. *Actual Problems in Economics*, no. 160, pp. 329–337.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 336.025-049.5=111

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/162-3>

Gaponiuk Olga
Ph.D., Associate Professor
Mariupol State University

Гапонюк О. І.
Маріупольський державний університет

MODERN PARADIGM OF FINANCIAL SECURITY MANAGEMENT OF THE COUNTRY: THE CONCEPT OF ITS IMPLEMENTATION

The article noted that financial security is a multifaceted, multifaceted, systemic phenomenon. As a system, it consists of a large number of elements, has a hierarchy of levels of the organization, able to generate new levels in the development process, while the new level back affects the previous levels, rebuilds them, resulting in a new integrity. It is determined that giving the development of the national economy taking into account its sustainable financial component is the most important task of the state economic policy, the implementation of which under the modern paradigm of financial security management is a complex and multifaceted phenomenon and recover from external negative influences. Determine the level of resilience of financial security to external negative influences.

Keywords: security, financial security, financial stability, financial security management, national economy.

JEL classification: E62, G14, G32, H58, O20

СУЧАСНА ПАРАДИГМА УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ КРАЇНИ: КОНЦЕПЦІЯ ВТІЛЕННЯ

У статті було зазначено, що фінансова безпека є багатограним, багатоаспектним, системним явищем. Як система вона складається з великої кількості елементів, має ієрархію рівнів організації, здатна генерувати в процесі розвитку нові рівні, при цьому новий рівень назад впливає на попередні рівні, перебудовує їх, в результаті чого система отримує нову цілісність. Наведено, що додання розвитку національної економіки з урахуванням її фінансової складової стійкого характеру - найважливіше завдання економічної політики держави, реалізація якої за умови реалізації сучасної парадигми управління фінансовою безпекою, складним і багатостороннім явищем, яке передбачає здатність економічної системи держави не тільки витримувати, адаптуватися, але і відновлюватися після зовнішніх негативних впливів. визначають рівень стійкості фінансової безпеки до зовнішніх негативних впливів. За результатами проведеного аналізу, було окреслено наступне визначення поняття фінансової: «специфічний вид суспільно-економічних відносин, які виникають між державою та суб'єктами соціально-економічних відносин з метою забезпечення ефективного функціонування національної економічної системи та економічного зростання». Розглянуто взаємозв'язок між стійкістю і безпекою. Стійкість фінансової безпеки забезпечується наявністю певної парадигми управління фінансовою безпекою країни, яка характеризується наступними базовими складовими: макроекономічних, нормативно-правових та організаційно-інституційних умов як необхідних обставин, які зумовлюють здатність фінансової системи витримувати внутрішні і зовнішні «навантаження», адаптуватися до них і відновлюватися після їх прояву. В статті окреслено чотири групи основних напрямів реалізації управління фінансовою безпекою країни, відповідно- забезпечення стійкості фінансової складової країни здійснюється в межах ринкового саморегулювання, державного і громадського регулювання, природної саморегуляції і саморозвитку.

Ключові слова: безпека, фінансова безпека, фінансова стабільність, управління фінансовою безпекою, національна економіка.

Formulation of the problem. In the current conditions of development, functioning and interaction of states, the issue of financial security becomes vital for further development of the country and increasing the welfare of the population, because only in terms of effective financial security measures, we can talk about forming a mechanism for sustainable development of the national economy.

Analysis of recent research and publications. Many works of modern researchers in the outlined field are devoted to the essence of financial security of the state and

aspects of its management: O. Baranovsky [1], I. Binko [8], Z. Varnaliy [2], M. Yermoshenko [3], V. Shlemko [8] and others.

The purpose of the article is to analyze the modern paradigm of financial security management of the country in order to form a theoretical basis for the concept of its implementation.

Presenting main material. The financial security of the state is the main criterion of its ability to pursue an independent financial and economic policy in accordance with its national interests. This security is due to the ability

of public authorities to ensure the sustainability of the state against [5, p. 132]:

- the impact of global financial crises;
- intentional actions of participants in global financial and economic relations (states, transnational corporations, etc.);
- the impact of shadow structures on the national economic and socio-political system, the spread of crimes and administrative offenses in the financial sphere, in particular, the legalization (laundering) of proceeds from crime;
- significant outflow of capital abroad;
- «capital flight» from the real sector of the economy.

In the professional economic literature, there are different views on the interpretation of «financial security of the state». As a result of the study, the following characteristics were outlined which are inherent in the disclosure of its essence (table 1).

Thus, according to the results of the analysis, we can provide the following definition of this concept: «a specific type of socio-economic relations that arise between the state and the subjects of socio-economic relations in order to ensure the effective functioning of the national economic system and economic growth».

Ensuring the stability of the financial sector is the basis for the stability of the economic system of a modern developed country, its progressive development and economic growth [7].

The financial component of economic security in modern conditions should be aimed at improving the financial system, and on its basis the economy of economic entities, maintaining independence and preventing the capture of the national economy by foreign capital. The problem of ensuring financial stability today goes beyond national borders. The level of integration and consolidation of financial markets is growing, the scale of capital mobility is growing and the intensity of its circulation is increasing.

Financial security is a multifaceted, multifaceted, systemic phenomenon. As a system, it consists of a large number of elements, has a hierarchy of levels of the organization, able to generate new levels in the development process, while the new level back affects the previous levels, rebuilds them, resulting in a new integrity. As a mechanism, financial security involves the organization of the state and society to make and implement decisions on national security, taking into account the conceptual,

organizational and resource aspects of the formation and effective functioning of the national economy.

Considering the relationship between stability and security, it should be noted that the stability of the economy, reflecting the strength and reliability of the elements of the economic system and vertical-horizontal links within this system, means its ability to withstand internal and external «loads», adapt to them and recover after their negative impact. Whereas national financial security means the protection of national financial interests in the face of internal and external threats.

Sustainability of financial security is ensured by the existence of a certain paradigm of financial security management, which is characterized by the following basic components: macroeconomic, regulatory, organizational, and institutional conditions as necessary circumstances that determine the ability of the financial system to withstand internal and external «loads», adapt to them and recover after their manifestation. To strengthen the financial security system, counteract negative external influences on the economy and reduce their consequences, the following goals and objectives of public policy in the field of financial security: macroeconomic stability, efficiency of the internal market and public administration, social development:

1. Macroeconomic stability:

- the ratio of external debt to GDP;
- the ratio of the state budget deficit to GDP;
- inflation rate;
- unemployment rate.

Macroeconomic stability should be considered from the standpoint of Keynesian theory of macroeconomic equilibrium. If the total costs in the economy, the planned costs of macroeconomic actors, change evenly with the actual costs of the business sector, then according to the Keynesian model of «cost-output» the economy will be characterized by internal balance, low inflation and unemployment close to natural, and positive balance of payments.

2. Efficiency of the internal market:

- the level of competition;
- effectiveness of antitrust policy;
- the level of tax burden;
- the size of the public sector of the economy.

Efficiency of the internal market. Economics studies markets and their functioning through the price mechanism as an effective way of allocating resources in the economy.

Table 1

Basic approaches to the interpretation of the concept «Financial security of the state»	
1 APPROACH	as a fundamental component of economic security of the state
2 APPROACH	as a state of financial, monetary, currency, banking, budget, tax systems, characterized by balance, resistance to internal and external negative influences, the ability to ensure the effective functioning of the national economic system and economic growth
3 APPROACH	as a state of the financial and credit sphere, which is characterized by balance, resistance to internal and external negative influences, the ability of this area to ensure the effective functioning of the national economic system and economic growth
4 APPROACH	as protection of financial interests of business entities at all levels of financial relations, provision of households, enterprises, organizations and institutions, regions, industries, sectors of the economy, the state with financial resources sufficient to meet their needs and fulfill existing obligations
5 APPROACH	as a level of security of a citizen, household, enterprise, region, state, society, interstate entities with financial resources sufficient to meet their needs and fulfill existing obligations
6 APPROACH	as a specific type of socio-economic relations that arise between the state and the subjects of socio-economic relations to ensure the optimal state of the financial system of the state and protect its national interests in the functioning of the global financial system

Source: compiled by the author using sources [1; 3; 5; 6; 8]

- 3) Efficiency of public administration:
- protection of private property rights;
 - protection of intellectual property;
 - level of corruption;
 - transparency of public policy;
 - the level of independence of judges;
 - level of trust in politicians.

Under conditions of effective market self-regulation, the consequences of negative external influences on the economy are absorbed by appropriate adjustments. If market disparities are characterized by a tendency to persist, then resources are not distributed in the economy efficiently and there is an outflow of financial and human capital, there is a deficit in commodity markets.

- 4) Social development:

- the share of the population living below the poverty line;
- level of social cohesion;
- the share of the population with a low level of education;
- the share of the population with a low level of professional qualification.

Developed social relations contribute to the growth of the efficiency of the functioning of the economic mechanism without the threat of social upheavals. Social cohesion reflects the level of development of social dialogue in society, as well as general approaches to determining public policy measures in the field of ensuring the sustainability of the national economy to negative external influences.

High efficiency of public administration is certainly the most important condition for ensuring the stability of the national economy. Public administration addresses issues such as the rule of law and the protection of property rights. Lack and low development of institutions (formal and informal rules and regulations) creates favorable conditions for economic and social shocks in the country under the influence of negative external influences on the economy.

According to international practice, the main result of the implementation of the financial security management mechanism of the country is to ensure the stability of the national economy. This process is formed by measures of foreign trade, financial, tax, competition and social policy, which are carried out by a system of state institutions to maintain a stable economy. The subject of ensuring the stability of the national economy is the state, which performs the main functions of increasing the level of stability of the economic system of the country through the legislative, executive and judicial branches.

Thus, the experts of the Organization for Economic Cooperation and Development outlined four groups of the main areas of financial security management of the country, namely [9]:

- foreign trade openness of the country, high share of competitive commodity markets in the economy, effectively functioning labor market increase the ability of the economy to absorb negative external influences and overcome their negative consequences;
- developed and effectively regulated capital markets support the stability of the economy by overcoming the growing trend of external debt, supporting the co-financing of projects and diversification of financial instruments, the development of small and medium-sized businesses;
- effective tax policy and social protection system provide an increase in the level of economic stability by promoting economic growth and reducing compromise solutions to stimulate it;
- developed government agencies and organizations ensure the stability of the economy through the formation and implementation of effective policies to combat external negative influences.

Adding the development of the national economy, taking into account its financial component of a sustainable nature – the most important task of economic policy. Factors of sustainable management, such as socio-political, social, economic and environmental in the aggregate form endogenous conditions for financial security of the state actors show the state and ratio of such interrelated components of national stability as nature, man and society, economy, state. Accordingly, ensuring the stability of the financial component of the country is carried out within the framework of market self-regulation, state and public regulation, natural self-regulation and self-development.

Conclusions. Thus, the modern paradigm of financial security management is a complex and multifaceted phenomenon that involves the ability of the economic system of the state not only to withstand, adapt, but also to recover from external negative influences. It is manifested under the influence of external and internal factors. External factors affect financial security through such channels of interaction in the world economy as foreign trade, foreign investment and credit. In the natural-ecological, socio-demographic, financial-production, political-legal and infrastructural environments, internal factors are formed, which also determine the level of resilience of financial security to external negative influences.

References:

1. Baranovskyj O.I. (1999) *Finansova bezpeka* [monografiya]. Kyiv: Feniks. (in Ukrainian)
2. Ekonomichna bezpeka (2009) [navch. posib.] / za red. Z.S. Varnaliya. Kyiv: Znannya. (in Ukrainian)
3. Yermoshenko M.M. (1998) *Finansova bezpeka* [Economic security]. *Viche*, no. 11, pp. 61–73.
4. Zveruk L. A. (2016) *Finansova bezpeka – osnova stabilnogo rozvytku Ukrainy* [Financial security is the basis of Ukraine's stable development]. *Biznes Inform*, no. 7, pp. 131–135. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2016_7_21.
5. Kalach G. (2004) *Finansova bezpeka derzhavy v umovax globalizatsiyi* [Financial security of the state in the conditions of globalization]. *Naukovy visnyk Nacionalnoyi akademiyi derzhavnoyi podatkovoyi sluzhby Ukrainy*, no. 4 (26), pp. 115–120.
6. Kravchuk N.Ya. (2000) *Finansova bezpeka derzhavy: realnist i docilnist v umovax globalizatsiyi* [Financial security of the state: reality and expediency in the context of globalization]. *Visnyk Ternopil'skogo akademiyi narodnogo gospodarstva*, no. 9, pp. 121–126.
7. Sapachuk Yu. *Teoretyko-metodologichna osnova finansovoyi stabilnosti* [Theoretical and methodological basis of financial stability]. Available at: <http://www.nbuv.gov.ua>.
8. Shlemko V. T., Binko I. F. (1997) *Ekonomichna bezpeka Ukrainy: sutnist i napryamky zabezpechennya* [monografiya]. Kyiv. (in Ukrainian)
9. OECD G20 Policy Paper on Economic Resilience and Structural Policies. *OECD*. 2016. Available at: <http://www.oecd.org>.

УДК 338.24+001.895

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/162-4>**Заяць Т. А.**

доктор економічних наук, професор,
завідувач відділу проблем формування соціального капіталу,
Інститут демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи
Національної академії наук України
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9767-5527>

Zaiats Tetiana

Ptoukha Institute for Demography and Social Studies
of the National Academy of Sciences of Ukraine

ПРОБЛЕМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В БУДІВНИЦТВІ

У статті визначаються проблеми державного регулювання інноваційної діяльності в будівництві та обґрунтовані основні напрями підвищення її ефективності. Аналіз управління інноваційною діяльністю з погляду ситуаційного підходу дозволив виявити спектр проблем, що стосуються прогнозування та програмування інноваційного розвитку, організації та координації відповідних органів під час реалізації інноваційної політики, нормативно-правового регулювання, фінансово-інвестиційного сприяння інноваційній діяльності, недостатнього стимулювання попиту на інноваційну продукцію, незадовільного стану захисту прав на об'єкти інтелектуальної власності. Встановлено, що нерозвиненість фінансового ринку України гальмує вирішення проблем фінансування інноваційної діяльності в будівництві через залучення кредитного, венчурного капіталу, коштів державного бюджету на інноваційний розвиток будівельної сфери.

Ключові слова: інноваційна діяльність, інноваційна інфраструктура, інноваційний розвиток будівництва, BIM технології, державно-приватне партнерство, венчурне фінансування.

PROBLEMS OF STATE REGULATION OF INNOVATIVE ACTIVITY IN CONSTRUCTION

The article identifies the problems of state regulation of innovation in construction and substantiates the main directions of improving its efficiency. The Bloomberg Innovation Index was used to assess the general state of innovation in Ukraine. Dynamic analysis of Ukraine's position in the ranking of the Bloomberg Innovation Index as a whole and by individual sub-indices of 2018–2020 revealed such problems as the reduction of production of high-tech goods, labor productivity, intensity of research and development. The study of innovation management was performed using a situational approach. It is established that the state regulation of innovation is mainly based on the methods of indirect influence. It is emphasized that in the conditions of economic crisis it is expedient to prefer methods of direct state regulation. The analysis revealed a range of problems related to forecasting and programming of innovation development, organization and coordination of relevant bodies in the implementation of innovation policy, regulation, financial and investment support for innovation, insufficient stimulation of demand for innovative products, unsatisfactory state of protection of intellectual property rights. The problems of state management of innovation activity are specified. The imbalance of the branch, national and regional programs of innovative development coordinating was revealed. Problems and directions of development of infrastructure of innovative activity are defined. Perspective directions of technological renewal of construction are defined, in particular development of resource-saving, energy-efficient technologies, introduction of Building Information Modeling technologies. The organization of public and private mortgage funds is offered, which will allow to receive financial resources at a low interest rate. It is established that the underdevelopment of the financial market of Ukraine most slows down the solution of problems of financing innovative activities in construction through the attraction of credit, venture capital, state budget funds for innovative development of the construction sector.

Keywords: innovation activity, innovation infrastructure, innovative construction development, BIM technologies, public-private partnership, venture financing

JEL classification: B22, E02, O31, O38

Постановка проблеми. У сучасних умовах переходу до нової економіки, заснованої на знаннях, основним джерелом переваг у конкурентній боротьбі є інноваційна діяльність, без якої неможливо підвищити ефективність будь-якого сектору економіки, зокрема і будівництва. Інноваційна діяльність в будівництві сприяє розвитку національної економіки, оскільки забезпечує створення вдосконалених основних виробничих фондів, створює умови для використання інноваційних засобів виробництва, будівельних матеріалів, технологій, машин і механізмів, стимулюючи інноваційну діяльність в інших секторах економіки. Водночас реалізація інноваційної діяльності в будівництві харак-

теризується певним консерватизмом та інерційністю щодо впровадження і поширення нових технологій. Слід відзначити, що будівельна галузь в рейтингу інноваційно активних галузей навіть провідних економічних держав займає одне з останніх місць, що зумовлено специфікою будівельної продукції та багатоаспектністю нормативно-правового регулювання будівництва. Така інерційність галузі зумовлена насамперед тривалістю зміни нормативної-правової бази впровадження інноваційних технологій та методів виконання будівельно-монтажних робіт внаслідок високої відповідальності проєктних організацій та забудовників за безпечність та якість будівельної продукції, адже в разі застосування

неналежної технології або помилок у проектуванні може виникнути безпосередня небезпека для життя великої кількості людей. Також в умовах кризи часто підприємства фінансують інноваційну діяльність «за остаточними принципом» та першочергово вирішують питання платоспроможності та розширення діяльності на екстенсивній основі. Така особливість будівельної галузі зумовлює необхідність державної підтримки для підприємств будівельної галузі, багатовекторність державного регулювання інноваційної діяльності, створення умов для її активізації, що, в свою чергу, сприятиме стимулюванню розвитку економіки держави.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанням визначення особливостей інноваційної діяльності в будівництві присвятили свої праці Т.П. Норкіна, А.Д. Єсипенко, М.В. Чорна, О.В. Якименко. Суттєвий внесок у дослідження проблематики державного регулювання інноваційної діяльності будівельної галузі внесли такі вітчизняні вчені, як: О.М. Волк, М.В. Шашко [1], І.О. Драган [2], І.І. Кичко, В.Ф. Савченко [3], С.А. Ушацький, В.О. Поколенко, О.А. Тугай [4] та інші. Водночас проблема державного регулювання інноваційних процесів у будівництві потребує оптимізації в частині створення передумов для швидкого та ефективного впровадження прогресивних технологій будівництва, нових будівельних матеріалів, а також формування соціально-економічних і правових умов використання науково-технічного потенціалу будівництва, матеріального і кадрового забезпечення інноваційної діяльності.

Постановка завдання. Останніми роками в Україні спостерігалось ускладнення умов ведення інноваційної діяльності у будівництві внаслідок високої регламентованості формування підприємницького середовища, зниження загального платоспроможного попиту, зниження обсягів інвестування, необхідних для активізації цього виду діяльності на рівні як окремих підприємств, так і держави загалом.

Мета статті – провести оцінку стану та виявити проблеми державного регулювання інноваційної діяль-

ності в будівництві й обґрунтувати основні напрями підвищення її ефективності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналізуючи стан державного регулювання інноваційної діяльності, потрібно відзначити, що його компоненти, зокрема адміністративні, нормативно-правові, фінансово-кредитні, фіскально-бюджетні важелі, визначають особливості середовища інноваційної діяльності, що є визначальними для усіх сфер економічної діяльності. Оцінюючи стан інноваційної діяльності, доцільно скористатися думкою міжнародних експертів щодо головних проблем розвитку інновацій в Україні. Насамперед доцільно проаналізувати динаміку показників інноваційної діяльності України порівняно з економічно розвиненими країнами та визначити сферу державного впливу, де інструменти державного регулювання мають перспективу удосконалення. Одним із міжнародних рейтингів для оцінки інноваційного розвитку є Індекс інновацій Bloomberg, згідно з яким у 2020 році Україна посіла 56-те місце в рейтингу серед понад 200 досліджуваних країн, опустившись на 10 позицій за останні три роки [5–7]. Рейтинг України за Індексом інновацій Bloomberg проаналізовано за компонентами індексу, основна увага приділялася тим, що були гіршими за середній рейтинговий бал загалом (рис. 1).

Як видно з рис. 1, виробництво високотехнологічних товарів, продуктивність праці, інтенсивність досліджень та розробок були найгіршими складниками рейтингу України. За останні три роки Україна втратила свої позиції майже за всіма компонентами, що свідчить про неефективність інноваційної політики України. Значна негативна динаміка інноваційної активності української промисловості пов'язана зі структурними змінами внаслідок зменшення частки машинобудівного комплексу та збільшення частки чорної металургії, енергетики, хімічної промисловості з відносно низьким рівнем переробки сировини, а отже, і низькою доданою вартістю. Нині застарілі галузі не формують попиту на нові технології та інновації.

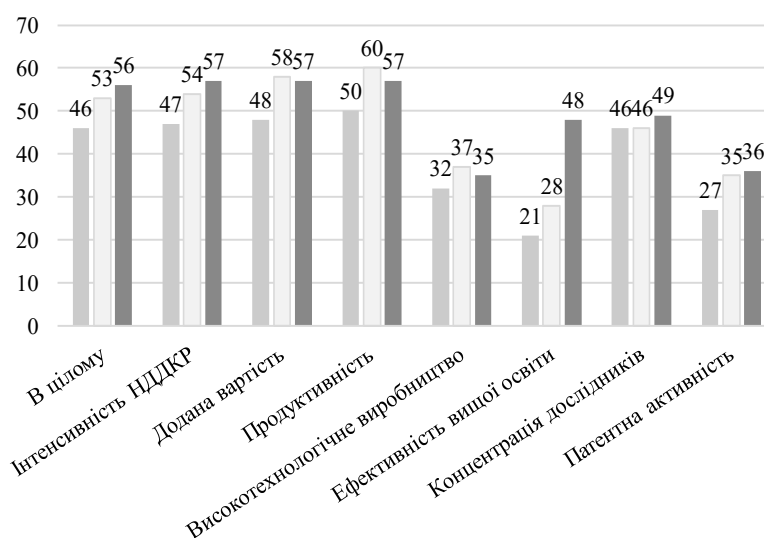


Рис. 1. Позиція України в рейтингу Індeksu інновацій Bloomberg загалом та за окремими субіндексами, 2018–2020 рр.

Джерело: побудовано автором за [5–7]

Дефіцит державної підтримки інноваційних українських підприємств не стимулює масштабного розвитку інноваційної продукції та технологічних рішень. Останнє десятиліття характеризується падінням частки інноваційно активних підприємств практично в 3 рази.

Така негативна динаміка вимагає визначення спектру важелів державного регулювання процесів продукування та комерціалізації інновацій та визначення перешкод інноваційній діяльності. Слід відзначити, що під час аналізу управління інноваційною діяльністю з погляду ситуаційного підходу необхідним є врахування як внутрішніх факторів, що стосуються інноваційного процесу в рамках суб'єктів підприємницької діяльності, так і зовнішніх факторів прямого та опосередкованого впливу. Державне регулювання в цьому аспекті розглядається як фактор опосередкованого впливу та є «еколого-економічним середовищем» для організацій усіх сфер економічної діяльності, хоча галузь будівництва має свої певні особливості.

Наголосимо, що корінь проблем державного регулювання інноваційної діяльності в будівельній сфері зумовлений переважанням непрямих методів регулювання, в той час як у стадії економічної кризи саме держава повинна виступати в ролі фінансово-інвестиційного, організаційно-методичного, регламентаційно-контрольного драйвера стимулювання інноваційного розвитку в державі, створюючи для цього відповідні політико-правові, фінансово-економічні, організаційно-технічні умови.

Конкретизуючи проблематику державного управління інноваційної діяльності, визначимо та охарактеризуємо перелік напрямів регулювання, що реалізуються як на загальнодержавному, так і регіональному рівні. Найбільш вагомими них є:

- розробки та реалізації галузевих програм інноваційного розвитку, узгоджених із загальнонаціональною та регіональними програмами інноваційного розвитку;
- забезпечення координації положень інноваційної та інших видів політики держави задля уникнення протиріч;
- встановлення ієрархії органів, відповідальних за провадження інноваційної політики, розподіл функцій та повноважень між виконавчими органами влади та галузевими установами;
- формування логічної та обґрунтованої нормативно-правової бази, що сприяє підвищенню інноваційної активності підприємств будівельного комплексу;
- прогнозування тенденцій розвитку будівельної галузі України;
- міждержавна співпраця в комерціалізації та розробці науково-технічної продукції;
- створення та сприяння розвитку інфраструктури інноваційної діяльності;
- безпосереднє державне фінансування через систему участі в конкурсах проектів, грантів на науково-дослідні розробки у будівництві;
- видачі державного замовлення для провідних науково-дослідних установ, що опікуються питаннями розробки інноваційних технологій та матеріалів для будівельної сфери, забезпечують цифровізацію, автоматизацію та оптимізацію процесів просторового планування, проектування, організації та виконання будівельно-монтажних робіт;

– стимулювання попиту на інноваційну продукцію, послуги, що запускає ланцюг «зростання прибутку від комерціалізації інновацій – трансфер технологій у виробництво – просування інноваційної продукції на внутрішній та зовнішній ринок – зростання обсягів випуску інноваційної продукції – зростання прибутку та підвищення рівня конкурентоспроможності» і так далі по спіралі);

– удосконалення фінансово-інвестиційної політики, залучення коштів підприємців, в тому числі за рахунок розвитку державно-приватного партнерства, сприяння розвитку венчурних, іпотечних фондів;

– сприяння розвитку інтелектуально-інноваційного капіталу як в межах професійно-технічних закладів, так і на виробництві;

– формування державних замовлень у вигляді контрактів на дрібносерійне виробництво з перспективою його масштабування.

– контроль за інноваційною діяльністю суб'єктів господарювання та інших учасників господарських відносин, її відповідність вимогам законодавства і державним інноваційним програмам.

Характеризуючи процес розроблення та реалізації галузевих програм інноваційного розвитку в будівництві, потрібно відзначити неузгодженість їх із загальнонаціональними програмами, адже відповідно до затвердженої у 2019 р. «Стратегії розвитку інноваційної діяльності на період до 2030 року» капітальне будівництво в числі пріоритетних заходів не визначається [8]. Дослідження перспективних напрямів діяльності згідно із згаданою стратегією дало змогу встановити, що вони практично не вирішують головних проблем, насамперед державного фінансування, різновекторного інвестиційного забезпечення інноваційної діяльності в будівельній сфері, а також формування логічної послідовної нормативно-правової бази продукування та комерціалізації інновацій. Натомість відповідно до цієї стратегії державне регулювання переважно спрямоване на здійснення інформаційно-комунікаційних та методичних заходів, спрямованих на розвиток обізнаності фахівців виробничо-комерційних підприємств, науково-дослідних установ, закладів професійної та професійно-технічної освіти в питаннях продукування інновацій та комерціалізації результатів інноваційної діяльності. Окрім цього, держава бере на себе функцію формування елементів інноваційної інфраструктури, що дасть змогу створити умови для активізації інноваційної діяльності, а також сприяння співробітництву промислових підприємств з науково-дослідницькими установами та закладами вищої освіти, їх об'єднанню в рамках інноваційних кластерів. Водночас, зважаючи на рівень фінансування наукових установ та закладів освіти, це еквівалентно перекладанню фінансування інноваційної діяльності на промислові підприємства та приватних інвесторів.

Слід відзначити, що такі умови, на думку міжнародних експертів, передбачають насамперед нормалізацію політичного та правового середовища бізнесу, забезпечення сприятливого бізнес- та маркетингового середовища для активного впровадження інновацій різних типів [7]. Формування маркетингового середовища інноваційної діяльності пов'язано із створенням умов для переходу до V–VI технологічних укладів, які зараз в економіці України становлять близько 5%. Орієнтація

на пріоритетність розвитку сфер діяльності, що характеризується високим ступенем розвитку наукоємних технологій, телекомунікацій, інформатизації, робототехніки не знаходить свого підкріплення в статтях бюджетного фінансування. Проголошені 1,7% ВВП, що мають бути передбачені державним бюджетом на фінансування наукової та науково-технічної діяльності так і залишаються не виконаними, реальне ж бюджетне фінансування у 2019 р. є на порядок нижчим – 0,16% ВВП, загальне ж фінансування становить 0,45% ВВП. Зрозуміло, що з таким рівнем підтримки наукової та інноваційної діяльності Україна не може претендувати на розвиток ресурсозберігаючих технологій, альтернативної енергетики, роботизації, інформаційних технологій, оптоволоконної техніки, що характеризують шостий технологічний уклад. Розвиваючи добувні галузі та переробну промисловість, Україна прирікає себе на обмежений низький розвиток, що циклічно не дасть в майбутньому здійснювати як бюджетне, так і комерційне інвестування задля впровадження інновацій. Необхідно скористатися досвідом країн зі зростаючою економікою, зокрема Китайської народної республіки, Індії, в яких через пряме державне фінансування та кредитування під державні гарантії було залучено інвестиції у розвиток біотехнологій, наноматеріалів, відновлюваної «зеленої» енергетики, інформаційних технологій.

Також недостатнім є забезпечення координації положень інноваційної та інших видів політики держави. Зокрема, в рамках фінансової політики не забезпечені пільгові умови фінансування для інноваційно активних підприємств, та і віднесення до останніх чітко не регламентовано. Також не діють норми закону України «Про інноваційну діяльність» щодо скасування мита на ввезення обладнання для інноваційних підприємств [9], що звужує можливості для зниження фондомісткості, енергомісткості, собівартості будівництва, підвищення продуктивності праці.

Перенесення проблем фінансування житлового будівництва на регіональний та місцевий рівні Згідно із законом України «Про місцеве самоврядування в Україні» в умовах загальносвітової кризи та пандемії призводить до скорочення інвестування в житлове будівництво в цілому та інноваційний розвиток будівельної сфери зокрема [10]. Зокрема, в м. Києві, що має найбільш бюджет в Україні, відповідно до рішення Київської міської ради в рамках Концепції Державної цільової соціально-економічної програми будівництва (придбання) доступного житла на 2020–2022 рр. передбачено обсяг фінансування 1325,410 млн грн., в тому числі коштів бюджету м. Києва – 979, 2 млн грн., тобто близько 325 млн грн. щорічно. Зважаючи на вартість житла в м. Києві, ця програма дасть можливість забезпечити житлом близько 400 родин [11].

Щодо забезпечення фінансування регіональних, місцевих інноваційних програм та проектів міжрегіонального та міжгалузевого співробітництва, то їх фінансування здійснюється переважно за рахунок місцевих бюджетів та проектів державно-приватного партнерства, а також коштів інвесторів будівництва та девелоперів.

Щодо встановлення ієрархії органів, відповідальних за провадження інноваційної політики, слід відзначити, що за реалізацію державної інноваційної

політики в будівництві відповідальними органами є Міністерство розвитку громад та територій України та Міністерство освіти та науки України, що здійснюють свої повноваження відповідно до затверджених Кабінетом Міністрів пріоритетів інноваційного розвитку, які визначаються на основі аналітичних та прогнозних показників Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства. Відповідно до пріоритетів розвитку будівництва перспективними напрямками інноваційної діяльності визначено запровадження інформаційних технологій в процесі здійснення реєстрації дозволів та контролю над забудовою та утриманням територій населених пунктів на рівні місцевого самоврядування за принципом публічності та під громадським контролем; забезпечення умов для впровадження енергоефективних інноваційних та прогресивних технологій, обладнання та матеріалів у будівництві; гармонізація будівельних стандартів з європейськими, адаптація чинного законодавства України до консолідованої версії Регламенту (ЄС) № 305/2011, затвердженого Радою Європейського Парламенту; збільшення частки інноваційної продукції та розробок в сфері проектно-вишукувальних та інженерно-конструкторських робіт, архітектурного проектування, використовуваних інноваційних будівельних технологій, техніки та матеріалів, інженерних систем, інтелектуальних технологій управління умовами життєзабезпечення; розширення використання будівельного інформаційного моделювання (BIM-технологій) на всіх етапах життєвого циклу об'єктів будівництва для підвищення організаційної та економічної ефективності управління будівництвом. Головним плюсом впровадження BIM технології є швидкість створення проекту його візуалізація та наближеність до реального будівництва, економія матеріальних і трудових ресурсів. Зважаючи на те, що проектування та коригування ресурсних чи конструкційних рішень здійснюється автоматизовано та в короткі терміни, використання BIM надає фахівцям необмежені можливості для створення та ухвалення оптимальних будівельних рішень з урахуванням наявних даних. Затверджена в 2020 р. «Концепція впровадження технологій будівельного інформаційного моделювання (BIM-технологій) в Україні» передбачає використання прогресивного, параметричного методу інформаційного моделювання в процесі проектування та зведення будівель (Building Information Modeling – BIM) з урахуванням вимог до будівельних норм. За допомогою Інформаційного моделювання будівель (BIM), який заснований на використанні інтелектуальних 3D-моделей, фахівці з архітектури і будівництва можуть ефективно проектувати, планувати, будувати та експлуатувати будівлі, а також різні об'єкти інфраструктури в режимі реального часу [12].

Відзначимо, що декларування автоматизації в процесі проектування об'єктів будівництва не враховує реального стану розроблення Державних будівельних норм, які у 2016 р. були лише частково оновлені. Застосовувані зараз в Україні будівельні норми носять планово-розрахунковий та нормативно-регламентаційний характер і є занадто зарегульованими та лише частково автоматизованими. Це ускладнює швидке та без зайвих бюрократичних перешкод введення на ринок нових будівельних технологій та матеріалів.

Використання сучасних інноваційних підходів до проектно-вишукувальних та інженерно-конструкторських робіт, архітектурного проектування не забезпечене матеріальними стимулами, адже вартість таких робіт визначається як частка вартості будівельно-монтажних робіт, що визначається на момент укладання контракту між генеральним підрядником та замовником. До того ж здійснення інноваційного архітектурного проектування чи будівельного інжинірингу передбачає використання сучасного технічного забезпечення таких робіт, адже проектно-конструкторські організації знаходяться на переважно на самофінансуванні та не мають можливості оновлювати достатньо часто матеріально-технічну базу, що затримує цифровізацію послуг у сфері будівництва та не сприяє запровадженню ЄДЕС (Єдиної державної електронної системи) у сфері будівництва, комплексної системи просторового планування розвитку територій.

Перманентні зловживання в сфері незаконної забудови, порушення генерального плану розвитку населених пунктів, зокрема щодо розвитку соціальної, культурної, рекреаційної, транспортної інфраструктури поселень, а також відсутність взаємозв'язку між статистикою трудової міграції в містах та занижені застарілі норми просторового районування територій не дають змоги реалістично та адекватно формувати програми економічного та соціального розвитку населених пунктів, в результаті чого рівень якості життя в них суттєво знижується. Складності виникають також в ході оптимізації будівельних норм, переважно через фінансування витрат з оновлення ДБН, а також у зв'язку з необхідністю гармонізації останніх з метрологічною базою, стандартами (екологічними, якості), нормативними документами та Регламентами ЄС щодо будівництва [13].

Однак головною проблемою впровадження інновацій в будівництві є низький попит на них з боку замовників, а також незадовільний стан захисту прав на об'єкти інтелектуальної власності.

Основна маса житлових споруд, яка зводиться українськими забудовниками, девелоперами, будується по-старому – з цегли, бетону із застосуванням стандартних технологій з використанням дешевих та загальнодоступних матеріалів для оздоблення фасадів. Серед багатоманітності інновацій наші девелопери готові встановлювати лише системи управління типу «розумний будинок» і використовувати недорогі геосистеми, які дозволяють заощаджувати на опаленні та кондиціонуванні будівель. Це пов'язано з тим, що більшість українських споживачів не можуть собі дозволити квартиру в будинку, під час будівництва якого використовувалися найновіші імпортовані технології. Це означає, що в сучасних умовах обмеженості фінансових ресурсів зростає необхідність у стимулюванні та залученні національних інновацій та стимулюванні нових наукових розробок у сфері ресурсо- та енергоефективних будівельних матеріалів, технологіях, проектуванні тощо. Як показує досвід розвинених країн та особливо Китайської Народної Республіки, зростання інновацій в будь-якій сфері економіки не проходить стихійно, а потребує значного стимулювання та підтримки з боку держави. Державне регулювання інноваційного розвитку будівельної сфери повинно сприяти розвитку наукових досліджень (фундаментальних, пошуко-

вих, прикладних), які проводяться в науково-дослідних установах України через грантову систему на конкурсній основі з визначенням найбільш інноваційних, актуальних та перспективних напрямів. Нині бюджетом передбачено фінансування наукових розробок на основі участі в проектах, цільова тематика яких відповідає пріоритетам розвитку економіки держави, що для будівництва означає лише можливість фінансування екологічних та енергоефективних проектів. Водночас в будівельній галузі не обмежується такими проектами.

Також потрібно приділити увагу кадровому забезпеченню інноваційної діяльності у будівництві, що передбачає навчання фахової молоді з застосуванням нових систем автоматизації прийняття рішень САПР та знань про нові будівельні матеріали та технології. Потрібно приділити увагу на державному рівні розробленню національних, регіональних, галузевих програм, спрямованих на підвищення інноваційної активності будівельних підприємств, та на проведення локальних інноваційних розробок із подальшим поширенням успішного досвіду на регіональному та національному ринку інновацій. Важливим чинником національного інноваційного руху є стимулюванням кооперації в галузі інноваційних розробок між будівельними підприємствами та науково-дослідними установами і профільними вищими навчальними закладами, що дозволить проводити безпосереднє впровадження національних інноваційних розробок. Виконання вище перерахованих пунктів зі впровадження інновацій може бути реалізовано на державному рівні шляхом створення необхідної правової бази інноваційного розвитку будівельної сфери, гармонізації національного законодавства в сфері будівництва та інновацій з законодавством розвинених країн Європейського Співтовариства та США.

Наступною серйозною проблемою розвитку інноваційної діяльності в будівництві є те, що така діяльність потребує значних інвестицій – бюджетних, приватних, на засадах державно-приватного партнерства, вітчизняних та закордонних, часто такі інвестиції є ризикованими. Водночас інвестиційні ризики повинні бути компенсовані не лише доходами інноваційних підприємств, але за рахунок страхування, гарантій, в тому числі державними, пільговим кредитуванням та оподаткуванням. Для того, щоб знизити ризик інвестування в інноваційні проекти за кордоном активно функціонують венчурні фонди, що надають кредитні кошти на безповоротній основі шляхом придбання частини статутного капіталу у формі акцій інноваційних підприємств-реципієнтів або надають фінансові кошти під інвестиційний кредит. Особливістю венчурного інвестування є те, що інвестори, володіючи часткою статутного капіталу, активно беруть участь в управлінні виробничим процесом та, маючи досвід венчурного фінансування, можуть поділитися досвідом вирішення виробничих, організаційних, фінансових та інших проблем. Після реалізації проекту венчурний інвестор продає на фондовому ринку частку акцій інноваційного підприємства, компенсуючи свої вкладення та отримуючи прибуток. Діяльність венчурних фірм передбачає наявність вільного фондового ринку, де за зрозумілими процедурами відбувається передача прав власності на майно підприємств, що наразі в Україні поки не забезпечено [14, с. 83].

Іншим фінансовим джерелом для розвитку інноваційного будівництва може бути організація державних та приватних іпотечних фондів, що дозволить отримати фінансові кошти під невисокий відсоток.

Для розвитку венчурних фірм, іпотечних фондів мають бути створені умови для їх стабільного функціонування, зокрема, забезпечена стабільність курсу національної валюти, усунення політичних ризиків роботи фінансово-кредитної системи країни, чітка регуляторна політика НБУ.

Також для розвитку будівництва необхідно широко впроваджувати державно-приватне партнерство, що забезпечить як додаткові фінансові інвестиції, так і контроль за цілеспрямованим, обґрунтованим використанням як державних, так і приватних коштів.

Відзначимо, що нині в Україні слабо розвинена інноваційна інфраструктура, а тому необхідним є комплекс нормативно-правових, організаційних, стимулюючих заходів з боку держави. Потрібна активна робота щодо створення будівельних технопарків, інноваційних фондів, установ координації суб'єктів прав інтелектуальної власності в процесі їх комерціалізації.

Наступна проблема інноваційного розвитку в будівництві – це брак висококваліфікованих менеджерів інноваційних проектів, що володіють знаннями особливостей будівельної галузі, маркетингу та науково-технічної діяльності. Нині формування нових стимулів продуктивної інноваційної діяльності у будівництві тісно пов'язано з інтелектуалізацією праці, застосуванням новітніх технологій у тих видах діяльності, які спроможні забезпечити товаровиробнику високі рейтингові позиції стосовно рівня інноваційності продукції чи якості продукції та послуг. У зв'язку з цим актуалізуються завдання визначення проблем державного регулювання інноваційної діяльності в будівництві для неухильного нарощування потенціалу інноваційної

активності суб'єктів, зайнятих у житловому і нежитловому будівництві, оскільки з-поміж інших видів економічної діяльності саме цей сектор може створити умови для подальшого поширення інноваційних досягнень у національній економіці.

Висновки. Характеристика проблем державного регулювання інноваційної діяльності в будівництві дозволила встановити, що більшість із них стосується слабкої підтримки інноваційного розвитку, зокрема з погляду формування нормативно-правового регулювання активізації інноваційної діяльності, практично відсутні пільгові умови оподаткування, амортизації основних виробничих фондів, митного збору. Відсутність чіткої ієрархії між органами державної влади в системі реалізації інноваційної політики не дозволяє планомірно і комплексно визначати інноваційні напрями розвитку будівництва, а також інноваційної інфраструктури. Нерозвиненість фінансового ринку не дозволяє вирішити проблеми фінансування за рахунок залучення кредитного, венчурного капіталу, а перманентний дефіцит державного бюджету та непродумана фінансова стратегія України не дозволяє інтенсифікувати інноваційний розвиток, скеровуючи кредитні ресурси на соціальні потреби, а не на розвиток та реструктуризацію економіки. Окрім цього, є коло техніко-технологічних проблем, що стосуються стандартизації будівництва, підвищення якісних характеристик будівельної продукції, автоматизації архітектурно-проектних та технологічних рішень, вирішення яких ускладнюється через фінансові проблеми. Таким чином, для вирішення окреслених проблем насамперед потрібно зосередитися на фінансових аспектах сприяння інноваційній діяльності та формуванні бюджетної політики, в якій чільне місце має бути відведено науково-дослідній та інноваційній діяльності.

Список використаних джерел:

1. Волк О.М., Шашко М.В. Проблеми та перспективи інноваційної діяльності у будівельній галузі України. *Вісник Сумського державного університету*. 2012. № 1. С. 115–121.
2. Драган І.О. Запровадження інноваційних заходів державного управління розвитком житлово-комунального господарства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2010. № 20. С. 81–84
3. Кичко І.І., Савченко В.Ф. Стратегічні орієнтири інвестиційно-інноваційного розвитку в Україні. *Здобутки і проблеми євроінтеграційних зрушень в Україні на сучасному етапі*: монографія / за заг. ред. В.Ф.Савченка, Л.М. Мекшун. Чернігів : ЧНТУ, 2018. С. 8–29.
4. Інноваційні концептуальні та формально-аналітичні інструменти обґрунтування, підготовки та впровадження будівельних інвестиційних проектів [Текст] : монографія / [С.А. Ушацький, В.О. Поколенко, О.А. Тугай та ін.]; за ред. В.О. Поколенка. Київ : Вид-во Європ. ун-ту, 2008. 208 с.
5. Jamrisko M., Lu W. (2020) Germany Breaks Korea's Six-Year Streak as Most Innovative Nation. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-01-18/germany-breaks-korea-s-six-year-streak-as-most-innovative-nation> (дата звернення: 18.01.2020).
6. Bloomberg (2020) Ukraine drops in Bloomberg's ranking of innovative economies. URL: <https://biz.liga.net/ekonomika/all/novosti/ukraina-opustilas-v-reytinge-innovatsionnyh-ekonomik-bloomberg> (дата звернення: 18.01.2020).
7. Jamrisko M., Lu W. The U.S. Drops Out of the Top 10 in Innovation Ranking URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-01-22/south-korea-tops-global-innovation-ranking-again-as-u-s-falls> (дата звернення: 23.01.2018).
8. Стратегія розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 10 липня 2019 р. № 526-р.
9. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.07.2002р. № 40-IV URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text> (дата звернення: 18.01.2020)
10. Про місцеве самоврядування в Україні: закон України від 21 травня 1997 року № 280/97-ВР URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 18.01.2020)
11. Про схвалення проекту Комплексної міської цільової програми забезпечення житлом громадян, які потребують поліпшення житлових умов, на 2020–2022 роки: Розпорядження Київської міської державної адміністрації від 13.12.2019 р. № 2094.
12. Про схвалення Концепції впровадження технологій будівельного інформаційного моделювання (BIM-технологій) в Україні: Проект розпорядження Кабінету Міністрів України №1052 URL: <https://cutt.ly/9h73ZLS> (дата звернення: 18.01. 2020)

13. Про внесення змін до Закону України "Про будівельні норми" щодо удосконалення нормування у будівництві : Закон України від 3 жовтня 2019 р. № 156-IX. *Відомості Верховної Ради (ВВР)*. 2019. № 46, ст. 304.
14. Фещенко В.В., Лупенко Ю.О. Сучасні технології венчурного фінансування аграрного бізнесу. *Облік і фінанси*. 2015. № 1 (67). С. 81–87.

References:

1. Volk O.M., Shashko M.V. (2012) Problemy ta perspektyvy innovatsiinoi diialnosti u budivelnii haluzi Ukrainy [Problems and prospects of innovation in the construction industry of Ukraine]. *Visnyk Sumskoho derzhavnoho universytetu Bulletin of Sumy State University*, no.1. pp. 115–121.
2. Drahan I.O. (2010) Zaprovdzhennia innovatsiinykh zakhodiv derzhavnoho upravlinnia rozvytkom zhytlovo-komunalnoho hospodarstva [Introduction of innovative measures of state management of housing and communal services development]. *Investysii: praktyka ta dosvid* [Investments: practice and experience], no.20, pp. 81–84
3. Kychko I.I., Savchenko V.F. (2018) Stratehichni oriientyry investysii-innovatsiinoho rozvytku v Ukraini [Strategic guidelines for investment and innovation development in Ukraine]. *Zdobutky i problemy yevrointehratsiinykh zrushen v Ukraini na suchasnomu etapi* [Achievements and problems of European integration changes in Ukraine at the present stage]. Chernihiv: ChNTU, pp. 8–29. (in Ukrainian)
4. Ushatskyi S.A., Pokolenko V.O., Tuhai O.A. (2008) Innovatsiini kontseptualni ta formalno-analitychni instrumenty obgruntuvannia, pidhotovky ta vprovadzhennia budivelnnykh investysiinykh proektiv [Innovative conceptual and formal-analytical tools for substantiation, preparation and implementation of construction investment projects]. Kyiv: Publishing House of Europe University. (in Ukrainian)
5. Jamrisko M., Lu W. (2020) Germany Breaks Korea's Six-Year Streak as Most Innovative Nation. Available at: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-01-18/germany-breaks-korea-s-six-year-streak-as-most-innovative-nation> (accessed 18 January 2020).
6. Bloomberg (2020) Ukraine drops in Bloomberg's ranking of innovative economies. Available at: <https://biz.liga.net/ekonomika/all/novosti/ukraina-opustilas-v-reytinge-innovatsiionnykh-ekonomik-bloomberg> (accessed 18 January 2020).
7. Jamrisko M., Lu W. (2018) The U.S. Drops Out of the Top 10 in Innovation Ranking. Available at: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-01-22/south-korea-tops-global-innovation-ranking-again-as-u-s-falls> (accessed 23 January 2018).
8. Kabinet Ministriv Ukrainy (2019) Stratehija rozvytku sfery innovacijnoji diialnosti na period do 2030 roku: Rozporjadzhennja Kabinetu Ministriv Ukrainy.
9. The Verkhovna Rada of Ukraine (2002) The Law of Ukraine "Pro innovacijnu diialnistj". Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text> (accessed 18 January 2020).
10. The Verkhovna Rada of Ukraine (1997) The Law of Ukraine " Pro misceve samovrjaduvannja v Ukraini". Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80#Text> (accessed 18 January 2020).
11. Kyiv City State Administration (2019) The Order of the Kiev city state administration "Pro skhvalennja projektu Kompleksnoji misjkoji ciljovoji prohramy zabezpechennja zhytloom ghromadjan, jaki potrebujutj polipshennja zhytlovykh umov, na 2020–2022 roky"
12. Cabinet of Ministers of Ukraine (2020) "Pro skhvalennja Koncepciji vprovadzhennja tekhnologij budivelnnoho informacijnogho modeljuvannja (VIM-tekhnologij) v Ukraini: Proekt". Available at: <https://cutt.ly/9h73ZLS> (accessed 18 January 2020).
13. The Verkhovna Rada of Ukraine (2019) The Law of Ukraine " Pro vnesennja zmin do Zakonu Ukrainy "Pro budivelni normy" shhodo udoskonalennja normuvannja u budivnyctvi". *Information of the Verkhovna Rada* [Vidomosti Verkhovnoji Rady], no. 46.
14. Feshhenko V.V., Lupenko Ju.O. (2015) Suchasni tekhnologiji venchurnogho finansuvannja aghrarnogho biznesu [Modern technologies of venture financing of agrarian business]. *Oblik i finansy* [Accounting and Finance], no. 1 (67), pp. 81–87.

УДК 631:11:502.131.1

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/162-5>**Козак К. Б.**кандидат економічних наук, доцент,
Одеська національна академія харчових технологій
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8099-6607>**Kozak Kateryna**

Odessa National Academy of Food Technologies

МЕХАНІЗМИ АДАПТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА ДО ТРАЄКТОРІЇ СТАЛОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Розкрито методологічні підходи до розуміння теорії адаптації, серед яких акцентовано увагу на таких, як інституціоналізм, поведінковий підхід, теорія організаційної етології, кібернетика (теорія управління), теорія систем, синергетична теорія. Виділено мережу основних (найбільш значущих) понять, що визначають сутність адаптації. У результаті запропоновано розуміння адаптації як процесу пристосування внутрішніх властивостей підприємства до вимог динамічного зовнішнього середовища на основі використання організаційно-економічних і соціальних регуляторів із метою забезпечення стійкості функціонування в довгостроковій перспективі. Здійснено декомпозицію системи адаптаційного механізму з виділенням таких елементів, як: адаптивний потенціал, адаптаційні можливості, зовнішні сили, елементи адаптації, вектор адаптації, адаптаційний процес, точки біфуркації, аттрактори. Досліджено структуру детермінант адаптаційного потенціалу підприємств із визнанням збільшення ваги такого фактору, як тип ринкової структури, у рамках якої діє суб'єкт господарювання, отже, саме цим фактором визначається множина адаптаційних можливостей (інструментів).

Ключові слова: адаптація, механізм адаптації, адаптивний потенціал, адаптаційні можливості, вектор адаптації, адаптаційний процес, сталий економічний розвиток.

MECHANISMS OF ADAPTATION OF AGRICULTURAL PRODUCTION ENTERPRISES TO THE TRAJECTORY OF SUSTAINABLE ECONOMIC DEVELOPMENT

The article is devoted to the study of the adaptation mechanism that can ensure the transition of agro-industrial enterprises to the trajectory of sustainable economic development. Methodological approaches to understanding the theory of adaptation are revealed, among which attention is focused on such as institutionalism, behavioral approach, theory of organizational ethology, cybernetics (management theory), systems theory, synergetic theory. Based on the use of the software product TextAnalyst, a network of basic (most significant) concepts that define the essence of adaptation is identified. As a result, the understanding of adaptation is proposed as a process of adaptation of internal properties of the enterprise to the requirements of a dynamic external environment based on the use of organizational, economic and social regulators in order to ensure the sustainability in the long run. The system of the adaptation mechanism was decomposed with the selection of the following elements: adaptive potential, adaptive capabilities, external forces, elements of adaptation, vector of adaptation, adaptation process, bifurcation points, attractors. The structure of determinants of adaptive potential of enterprises is studied with the recognition of increasing the weight of such a factor as the type of market structure within which the business entity operates, so this factor determines the set of adaptive capabilities (tools). A number of conclusions have been made on the peculiarities of adaptation of agro-industrial enterprises to the conditions and principles of sustainable economic development: reformatting the value vector of interaction of economic entities with the environment imposes restrictions and defines framework trends of adaptation mechanism to mainstream economic development; the role of the active element of adaptation increases; businesses with a high degree of homeostasis very often refrain from choosing radical adaptation strategies. It is proved that the active element of adaptation plays a crucial role in the implementation of mechanisms of adaptation of agro-industrial enterprises to the conditions and principles of sustainable economic development.

Keywords: adaptation, adaptation mechanism, adaptive potential, adaptive possibilities, adaptation vector, adaptation process, sustainable economic development.

JEL classification: Q01, Q13

Постановка проблеми. Підприємство являє собою відкриту соціально-економічну систему, що повсякчас перебуває під дією чинників зовнішнього середовища, унаслідок чого компоненти такої системи цілеспрямовано змінюються. Прискорення соціальних та економічних процесів, пошук нових форм соціального існування економічних суб'єктів, зокрема через утілення принципів парадигми сталого економічного розвитку, формує новий образ економічного суспільства, актуальними характеристиками якого виступа-

ють нестабільність, невизначеність, складність, неоднозначність.

Сучасний стан зовнішнього середовища, який детермінується викликами сталого економічного розвитку, став об'єктивною основою твердження: забезпечення успішного функціонування підприємств (підвищення рівня конкурентоспроможності та зміцнення їх потенціалу) різних галузей економічної діяльності, у тому числі й агропромислової сфери, не є можливим без урахування зовнішніх чинників та оперативної реакції на їх зміни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам адаптації, дослідженню принципів побудови і реалізації адаптаційних механізмів у структурі управління підприємством із погляду різних методологічних підходів присвячено роботи таких учених, як О.В. Харчишина, О.П. Ковтиш, А.Б. Георгієвський, Є.В. Чиженькова, Ж.Л. Крисько, В.А. Гросул, Т.Т. Аскеров, С.Б. Алексєєв, І.А. Мілославова, Г.І. Ханалієв, Т.І. Лепейко, К.В. Кривобок та ін.

При цьому подальшого розвитку потребує розкриття специфіки адаптації підприємств агропромислового виробництва в умовах глобальної трансформації принципів взаємодії економічних суб'єктів із навколишнім середовищем у напрямі руху до відповідності принципам сталого економічного розвитку.

Мета статті полягає в аналізі особливостей адаптаційного механізму, що здатен забезпечити перехід підприємств агропромислового виробництва на траєкторію сталого економічного розвитку.

Виклад основного матеріалу. Поняття «адаптація» прийшло в економічну науку з біології, воно використовується в природничих науках у розумінні процесу пристосування організму до мінливих зовнішніх умов; сукупності морфологічних, фізіологічних, поведінкових та інших особливостей організму, які дають йому змогу вести оптимальний спосіб життя в наявних умовах існування [1].

Природні системи підпорядковані єдиним неперушим законам – законам фізики, тому їх можна вважати ідеальними. У цьому сенсі показовою є думка американського економіста, Нобелівського лауреата Дж. Ерроу: «...якщо ми зрозуміємо, як вбудована адаптація в біологічні системи, а потім розширимо ці знання до загальної теорії еволюції, то зможемо ефективно докласти цю теорію до безлічі складних систем, зокрема й до бізнесу» [2, с. 220].

Становлення теорії адаптації почалося з 90-х років ХХ ст., домінуючою ідеєю теорії менеджменту стає «адаптація як засіб забезпечення стійкого функціонування». Зароджується теорія адаптивного управління як відповідь на «...складність, невизначеність та рухливість зовнішнього середовища, що висуває на перший план проблеми пристосування підприємств до таких умов» [3].

Вихідні принципи теорії адаптації сформувалися в рамках таких методологічних підходів, як інституціоналізм, поведінковий підхід, теорія організаційної етології, кібернетика (теорія управління), теорія систем, синергетична теорія [4, с. 313–314].

Інституціоналізм підходить до аналізу адаптаційного механізму з погляду мінливості, відбору та наслідування. Використовується поняття «генетична мутація». Під генами розуміються внутрішні інститути системи, які зберігають інформацію про звички і рутини та, з одного боку, є основою стійкості системи, з іншого – забезпечують її адаптацію до змін зовнішнього середовища, зокрема в ході імплементації інноваційних змін. Адаптивність на основі генетичних інститутів є основою динамічної стійкості.

Поведінковий підхід розширює методологічний апарат адаптаційної теорії шляхом включення до аналізу ефекту «попередньої адаптації», сутність якого полягає у здатності системи діяти в умовах змін з урахуванням наявних можливостей до їх прийняття і пере-

будови системи, визначати свої можливості поступово (взаємозв'язок рутин у ретроспективі та новацій у перспективі), відкривати канали доступу до нових ресурсів як основи здійснення змін і забезпечення стабільності розвитку [5]. Такі поняття інституційної теорії, як мінливість, відбір та наслідування, тут трансформуються в ресурси, знання, компетенції, що визначають умови дії механізму адаптації.

Теорія організаційної етології вводить у сферу дослідження адаптації принцип ізоморфізму і концепцію популяційної ніші. Ізоморфізмом в інституційній теорії та теорії інституційного ізоморфізму називають процес зміни в організаціях, який підтримує подібність організацій під впливом однакових навколишніх умов, а отже, вивчення питань прояву легімізованих правил (видів інституційного ізоморфізму) в розвитку, реформуванні та регулюванні [6]. Кожне середовище формує свій набір можливих змін, а система вибирає варіанти адаптації до них. Концепція популяційної ніші акцентує увагу на тому, що навколишнє середовище формує різні комбінації ресурсів, які, своєю чергою, впливають на можливості популяції тих чи інших систем до виживання.

Кібернетичний підхід приділяє особливу увагу процесу управління параметрами, які здатні забезпечити адаптацію. На перший план виводиться інформація як базовий інструмент досягнення оптимального стану або динамічного розвитку системи в умовах невизначеності та мінливості зовнішніх умов.

Теорія систем і синергетика вирішують наукову проблему «виявлення особливостей зростання складності еволюційних процесів та ускладнюють парадигму аналізу процесів самоорганізації» [7, с. 9–12]. Адаптація розглядається як відносно стійкий стан функціонування системи, який характеризується накопиченням, насамперед, кількісних змін (флуктуацій). Система здатна переходити в нову якість за досягнення точки біфуркації, тобто за умови накопичення критичної маси факторів трансформації кількісних у якісні зміни. Напрями здійснення переходу (атрактор) не є випадковим і детермінується природою і рівнем розвитку системи. Адаптація визначеного аттрактору здійснюється шляхом пристосування до нових структур і зміни функцій системи. Розвитку економіки у цілому й окремих її елементів як відкритої, нелінійної, дисипативної системи притаманні інтенсивна взаємодія її складників, поєднання негативних та позитивних зворотних зв'язків, співвідношення адаптаційних і біфуркаційних механізмів, чергування аттракторів та гомеостазу.

Науковий інтерес до визначення принципів і механізмів адаптації визначається об'єктивною необхідністю пошуку оптимальних організаційних параметрів взаємодії підприємства із середовищем, в якому проявляються неочікувані та нові зміни, зокрема зростає роль міжнародних чинників середовища як із погляду конкуренції, так і з погляду кооперації. При цьому в економічній літературі відсутній єдиний підхід до визначення категорії «адаптація». Результат систематизації існуючих підходів до її сутності представлено в табл. 1.

Аналіз представлених підходів до розуміння сутності категорії «адаптація» за допомогою програмного продукту TextAnalyst дав змогу виділити мережу осно-

Таблиця 1

Систематизація підходів до визначення сутнісного наповнення категорії «адаптація»

Джерело/Автор	Визначення
Encyclopedia Americana [8]	Зсув в функції чи формі (структурі) щодо існування системи у певній сфері
Сучасний економічний словник [9]	Пристосування економічних систем та її окремих суб'єктів, працівників до умов зовнішнього середовища, виробництва, праці, обміну, життя, що змінюються
Економіко-математичний енциклопедичний словник [10]	Здатність системи виявляти цілеспрямовану поведінку, що пристосовується, в складних середовищах, а також це сам процес такого пристосування
А.Б. Георгієвський [11, с. 173]	Форма відображення системами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища, яка передбачає встановлення з ним динамічної рівноваги та стійкості
Є. Чиженкова [12]	Процес пристосування параметрів до невизначених умов зовнішнього середовища, який забезпечує підвищення ефективності їх функціонування впродовж усього життєвого циклу
Г.В. Козаченко, В.П. Пономарьов, А.Н. Ляшенко [13]	Процес цілеспрямованої зміни параметрів, структури і властивостей будь-якого об'єкта у відповідь на зміни, що відбуваються як у зовнішньому середовищі діяльності об'єкта, так і всередині нього
Ж. Крисько [14]	Здатність своєчасно проводити адекватні зміни для корекції діяльності підприємства відповідно до вимог зовнішнього середовища
В. Гросул, Т. Аскеров [15, с. 25]	Процес своєчасного пристосування до зовнішніх нестабільних умов діяльності шляхом визначення негативних наслідків відхилень системи управління підприємством для забезпечення стійкості його функціонування та розвитку в довгостроковій перспективі
С.Б. Алексєєв [16]	Процес розроблення і реалізації дій, спрямованих на зміни внутрішнього середовища підприємства згідно з вимогами зовнішнього середовища
Т.Т. Ластаєв, А.А. Кайгородцев [17]	Процес цілеспрямованої зміни параметрів, структур і властивостей системи у відповідь на дії зовнішніх і внутрішніх чинників для забезпечення ефективного функціонування системи й її елементів
І.А. Пітайкіна [18]	Процес пристосування організаційно-економічних і соціально-економічних стосунків, що складаються на всіх фазах процесу розширеного відтворення, з приводу підвищення ефективності використання майна, з одного боку, і посилення їх соціальної спрямованості – з іншого
О.А. Пастухова [19]	Якісні ознаки економічної системи, її підсистем і окремих елементів, що забезпечують її виживання і видозміну
В.М. Ячменьова [20]	Процес пристосування системи до нових умов існування або діяльності
І.А. Милослава [21], Г.І. Ханалієв [22]	Механізм, який дасть змогу особі (групі), системі успішно функціонувати, зберігати (змінити) напрям і темп розвитку незалежно від зовнішніх чинників
Т.І. Лепейко, К.В. Кривобок [23, с. 247]	Процес пристосування підприємства до зовнішніх мінливих умов, що передбачає систему організаційно-економічних та соціальних регуляторів і має на меті забезпечення стійкості функціонування організації в довгостроковій перспективі

вних (найбільш значущих) понять, що представлені у визначеннях. Результати надамо у вигляді таблиці (табл. 2).

Таблиця 2

Морфологічна декомпозиція визначення сутності категорії «адаптація»

Поняття	Вага поняття	Вага зв'язку
Процес	99	
Процес пристосування	93	89
Зміст	74	75
Діяльності	69	71
Підприємства	92	71
Забезпечення стійкого функціонування	60	65
У довгостроковій перспективі	60	79
Відповідно до вимог	16	65
Спрямованих	13	54
Процес цілеспрямованої дії параметрів	13	54

Ключовим складником адаптації є виділення її процесної природи, при цьому акцентується спрямова-

ність на пристосування підприємства «відповідно до вимог», адаптація має внутрішній зміст і мету (найбільш часто зустрічається її формулювання у вигляді стійкого функціонування), горизонтом дії визнається довгострокова перспектива.

Отже, адаптація у соціально-економічному середовищі – це процес пристосування внутрішніх властивостей підприємства до вимог динамічного зовнішнього середовища на основі використання організаційно-економічних і соціальних регуляторів із метою забезпечення стійкості функціонування в довгостроковій перспективі.

У штучних структурах, до яких відносяться і підприємства агропромислового комплексу, мета адаптації модифікується у забезпечення стійкості функціонування, факторами збурення виступають зовнішні умови різного рівня і характеру, адаптаційні можливості визначаються внутрішнім середовищем і станом ринку, на якому функціонує підприємство, а інструменти адаптаційних змін представлені системою регуляторів.

Запропоноване визначення дає змогу представити внутрішню систему адаптаційного механізму через взаємодію таких елементів, як адаптивний потенціал,

адаптаційні можливості, зовнішні сили, елементи адаптації, вектор адаптації, адаптаційний процес, точки біфуркації, атрактори.

Адаптивний потенціал являє собою здатність протидіяти зовнішнім силам, які провокують зміни в системах; межу (точку біфуркації), якою закінчується зона стійкості і починаються трансформації. Фактично адаптивний потенціал відповідає категорії «гомеостаз», під якою розуміють здатність відкритих систем зберігати сталість внутрішнього стану за допомогою скоординованих реакцій, спрямованих на підтримання динамічної рівноваги.

Можливими векторами адаптації є:

- пристосування – перебудова всіх елементів системи, підсистем та ресурсів відповідно до нових умов функціонування;

- асиміляція зовнішнього середовища під внутрішні властивості системи, перетворення зони функціонування на зручне або принаймні неагресивне.

Спостерігається неоднозначний взаємозв'язок між величиною адаптивного потенціалу і прагненням підприємства до змін. Стосовно переходу до моделі сталого економічного розвитку можна констатувати факт, що суб'єкти господарювання з високим ступенем гомеостазу, з внутрішнім середовищем, яке забезпечує економічну стабільність, менше схильні до вибору радикальних стратегій адаптації. При цьому у них є значний потенціал переходу точки біфуркації відповідно до атрактору сталого економічного розвитку. Стратегія радикальних змін, віддання переваги адаптаційному розвитку більш характерна для нестабільних систем у пошуку вектору стабільності.

Адаптаційний потенціал детермінується внутрішнім середовищем підприємства і рівнем розвитку конкретного ринку, зокрема станом конкурентного середовища, тобто типом ринкової структури, у рамках якої діє суб'єкт господарювання.

Структуру агропромислового сектору представлено різноманітним переліком ринків окремих товарів сільськогосподарського та промислового походження. При цьому специфікою аграрної галузі є те, що наповненість структури визначається особливостями конкретних територіальних ринків. Спостерігається значна диференціація інструментів адаптації залежно від ринкової структури, у рамках якої функціонує суб'єкт господарювання. Так, ринок досконалої конкуренції надає найменші можливості адаптації через подекуди нерациональність, подекуди недоступність таких інструментів, як цінова і нецінова конкуренція та диференціація продукту. Монополія формує ситуацію з найбільшим можливим впливом суб'єкта на зовнішнє середовище, тобто тут переважає вектор асиміляції зовнішнього середовища під внутрішні властивості суб'єкта, домінуючою конкурентною стратегією монопольного ринку стає стратегія фокусування.

Зміни конкурентного середовища мають потенціал відкриття для організації нових сприятливих можливостей, мати негативний вплив або їхня дія може бути невизначеною. Цим визначаються як зміст, так і основні функції та завдання процесу адаптації. Різний за наповненням набір адаптаційних можливостей, детермінований конкурентною ситуацією на ринку, зумовлює актуалізацію механізмів диверсифікації кон-

курентних стратегій у системі адаптивного потенціалу шляхом віддалення від характеристик ринку досконалої конкуренції.

Дослідники відносять більшість об'єктних ринків цілісного ринку агропродовольчої продукції до ринків, наближених до чистої конкуренції, мотивуючи таку позицію тим, що жоден з учасників ринку не може контролювати ціноутворення і розподіл продукції на ньому, характерним є низький бар'єр входу підприємств на ринок як товаровиробників. Напрямом адаптаційного розвитку в зазначених умовах усе частіше вибирається перехід до ринку монополістичної конкуренції шляхом включення до продуктової лінійки виробництва нішевих товарів. Зокрема, набуває популярності освоєння сегменту екологічно чистої продукції, що відповідає принципам сталого економічного розвитку.

Адаптаційний розвиток переробних підприємств визначається структурним наповненням ринку агропромислової продукції. Переробна галузь виступає на цільовому ринку сільськогосподарської продукції як споживач (покупець). Особливості окремих елементів асортиментного ряду аграрної продукції визначають таку тенденцію: у територіальному розрізі (на регіональних ринках) конкурентна структуризація реалізується у формуванні яскраво виражених ринків покупця з олігосонічною конкурентною структурою, яка прагне на ринках певних товарів до моносонічності. Основним інструментом реалізації домінування є відкрита можливість для покупців (підприємств переробної галузі) щодо встановлення цін і регулювання обсягів продукції.

Постачальниками на ринку сільськогосподарської продукції є виробники сільськогосподарської техніки, добрив та засобів захисту рослин і тварин; постачальники паливно-мастильних матеріалів; компанії, що забезпечують ринок посівними матеріалами, племінною худобою тощо. Розглянемо їх стан щодо конкурентного наповнення ринку з метою визначення особливостей адаптаційного розвитку.

Вищеперераховані ринки в переважній більшості представлені структурами монополістичної конкуренції (ринок сільськогосподарської техніки, ринок добрив та засобів захисту рослин і тварин). Їм притаманні диференціація продукції за споживчими якостями, широке застосування інструментів цінової та нецінової конкуренції. Прикладом нецінової конкуренції на ринку сільськогосподарської техніки є організація сервісних центрів. Ринок паливно-мастильних матеріалів підпадає під ознаки олігополії. Вона характеризується наявністю значних бар'єрів входу на ринок, зокрема за ознакою початкового капіталу, а також взаємозалежністю у виборі цінової політики. Ринок насіннєвого матеріалу в Україні тяжіє до монопольних тенденцій. Подібна ситуація характерна і для глобального ринку, оскільки кожна велика компанія із цього сегменту спеціалізується на селекції сортів для певної природно-географічної зони.

Адаптаційні можливості визначаються здатністю підприємства як єдиної системи накопичувати ресурси (матеріальні, нематеріальні, людські), що можуть гнучко використовуватися з метою пристосування до нестабільного, невизначеного, складного та неоднозначного середовища (внутрішнього і зовнішнього) в

напрямі збільшення конкурентоспроможності підприємства та підвищення соціально-економічної ефективності його діяльності.

Адаптація на підприємстві реалізується шляхом формування адаптаційних процесів на основі реалізації адаптаційних можливостей. Фактично адаптаційні процеси являють собою механізми адаптивного управління, тобто цілеспрямовану координацію організаційних, виробничих та управлінських відносин на підприємстві на основі системи правил, засобів та інструментів із метою забезпечення пристосування системи до мінливих зовнішніх умов функціонування.

Процес адаптації передбачає складну системну взаємодію особистого (активний елемент адаптації) та матеріально-речового (пасивний елемент адаптації) факторів. Активний елемент адаптації представлено персоналом, конкретними особистостями, їх об'єднаннями, що формують групи впливу, пасивний – засобами виробництва, технологіями, продукцією.

Стосовно механізмів адаптації агропромислових підприємств до умов і принципів сталого економічного розвитку можна стверджувати, що саме активний елемент адаптації відіграє вирішальну роль. Без змін у свідомості особистостей, що приймають рішення стосовно вибору вектору адаптації, асиміляція соціального й екологічного факторів у стратегію та тактику економічної діяльності суб'єктів господарювання не уявляється можливою. Слід відзначити роль глобалізації як імпульсної сили переформатизації мислення економічних агентів. Включення України до загальносвітової системи господарювання виступає чинником зовнішнього тиску в процесах прийняття управлінських рішень. Представлені обмеження наднаціонального характеру висувають на перший план модель поведінки, яка відноситься до змішаної адаптації. Для неї характерні такі ознаки: визначаються загальні принципи і підходи до поведінки в ринкових умовах (принципи сталого економічного розвитку); готовність до адаптивної реакції залежить від виду та ступеня інтенсивності впливу чинників зовнішнього середовища. Включеність окремих підприємств до системи зовнішньоекономічних зв'язків значно підвищує інтенсивність зовнішнього тиску і змушує їх реалізовувати загальні принципи адаптації. Спрямованість діяльності виключно на національний ринок дає змогу певною мірою нівелювати вплив глобальних тенденцій, а реалізація принципів адаптації здебільшого має поверхневий і несистемний характер.

Висновки. Теорія адаптації розвивається в рамках міждисциплінарних методологічних підходів, до основних із них належать інституціоналізм, поведінковий підхід, теорія організаційної етології, кібернетика (теорія управління), теорія систем, синергетична теорія. На основі їх симбіозу методологічний апарат досліджень розширено шляхом включення таких понять, як «генетична мутація», «попередня адаптація», «ізоморфізм»,

«популяційна ніша», «флуктуація», «точка біфуркації», «атрактор», «гомеостаз».

На основі програмного продукту TextAnalyst виділено мережу основних (найбільш значущих) понять, що визначають сутність адаптації. Це дало змогу запропонувати узагальнене її визначення: адаптація у соціально-економічному середовищі – це процес пристосування внутрішніх властивостей підприємства до вимог динамічного зовнішнього середовища на основі використання організаційно-економічних і соціальних регуляторів із метою забезпечення стійкості функціонування в довгостроковій перспективі.

Внутрішня система адаптаційного механізму структурується виділенням таких елементів, як адаптивний потенціал, адаптаційні можливості, зовнішні сили, елементи адаптації, вектор адаптації, адаптаційний процес, точки біфуркації, атрактори.

Глобальна трансформація принципів взаємодії економічних суб'єктів із навколишнім середовищем виступає основою переформатування ціннісного вектору в напрямі прийняття парадигми сталого економічного розвитку як основного атрактору, що накладає обмеження та визначає рамкові тенденції побудови механізму адаптації підприємств агропромислового виробництва до мейнстримної траєкторії економічного розвитку.

Розкрито неоднозначний взаємозв'язок між величиною адаптивного потенціалу і прагненням підприємства до змін. Стосовно переходу до моделі сталого економічного розвитку, з одного боку, простежується тенденція відходу суб'єктів господарювання з високим ступенем гомеостазу від вибору радикальних стратегій адаптації. З іншого – саме економічно стабільні підприємства володіють значним потенціалом переходу точки біфуркації відповідно до атрактору сталого економічного розвитку.

У структурі детермінант адаптаційного потенціалу підприємств збільшується вага такого фактору, як рівень розвитку конкретного ринку, зокрема стан конкурентного середовища, тип ринкової структури, у рамках якої діє суб'єкт господарювання. Конкурентною ситуацією визначається множина адаптаційних можливостей, що зумовлює актуалізацію механізмів диверсифікації конкурентних стратегій у системі адаптивного потенціалу шляхом віддалення від характеристик ринку досконалої конкуренції.

Вирішальну роль у реалізації механізмів адаптації агропромислових підприємств до умов і принципів сталого економічного розвитку відіграє активний елемент адаптації. Зміни у свідомості особистостей, що приймають рішення стосовно вибору вектору адаптації, асиміляція соціального та екологічного факторів у стратегію та тактику економічної діяльності суб'єктів господарювання виступають необхідною умовою розвитку. Імпульсною силою переформатизації мислення економічних агентів стає глобалізація.

Список використаних джерел:

1. Северцов А.С. Теория эволюции. Москва : ВЛАДОС, 2005. 380 с.
2. Мейер К., Девис С. Живая организация: Компания как живой организм: Грядущая конвергенция информатики, нанотехнологии, биологии и бизнеса. Москва : Добрая книга, 2007. 368 с.
3. Харчишина О.В. Вплив наукових шкіл менеджменту на формування теорії організаційної структури. *Економіка. Управління. Інновації*. 2010. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2010_1_23.

4. Кавтиш О.П. Адаптаційний механізм корпорацій: суть і особливості реалізації. *Бізнес Інформ*. 2013. № 7. С. 313–320.
5. Норт Д. Понимание процесса экономических изменений / пер. с англ. К. Мартынова, Н. Эдельмана. Москва : Гос. ун-т Высшей школы экономики, 2010. 256 с.
6. Семенишина Н.В. Теорія інституційного ізоморфізму та її прояв у реформуванні національної системи бухгалтерського обліку. URL: <http://magazine.faa.org.ua/teoriya-instituciynogo-izomorfizmu-ta-ii-proyav-v-reformuvanni-nacionalnoi-sistemi-buhgalterskogo-obliku.html>.
7. Цимбал С.М. Філософсько-методологічний потенціал соціосинергетики : автореферат дис. ... канд. екон. наук : 09.00.09 ; Сумський держ. педагогічний ун-т ім. А.С. Макаренка. Київ, 2005. 22 с.
8. Smith John J. Encyclopedia Americana. The International Reference Work (30 Volume Set). 1963. Vol. 1. First Edition. Rand McNally & Company; Later Printing. 350 p.
9. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. Москва : ИНФРА-М, 2006. 564 с.
10. Экономико-математический энциклопедический словарь / гл. ред. В.И. Данилов-Данильян. Москва: Большая российская энциклопедия. Москва : ИНФРА-М, 2003. 688 с.
11. Философские проблемы адаптации / А.Б. Георгиевский и др. Москва : Мысль, 1975. 277 с.
12. Чизенькова Е.В. Формирование экономического механизма адаптации хозяйствующего субъекта к рыночной среде : автореф. дис. ... канд. экон. наук ; Орловский государственный институт экономики и торговли. Москва, 2006. URL: http://www.0ck.ru/menedzhment_i_trudovye_otnosheniya/problemy_adaptacii_predpriyatiya_k.html.
13. Козаченко А.В., Пономарев В.П., Ляшенко А.Н. Экономическая безопасность предприятия: сущность и механизм обеспечения : монография. Киев : Либра, 2003. 280 с.
14. Крисько Ж.Л. Адаптація підприємства до зовнішнього середовища через механізм реструктуризації. *Галицький економічний вісник*. 2009. № 2. С. 38–42.
15. Гросул В.А., Аскеров Т.Т. Сущность и ключевые аспекты адаптации предприятий розничной торговли. *Интеллект XXI*. 2019. № 2. С. 22–26.
16. Алексеев С.Б. Формування адаптивного управління підприємствами вугільного машинобудування : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01 «Економіка, організація та управління підприємствами» ; Одеський національний економічний університет. Донецьк, 2003. 23 с.
17. Ластаев Т.Т., Кайгородцев А.А. Механизм агропромышленной интеграции. *Вестник КАССУ*. 2006. № 4. С. 10–12.
- Питайкина И.А. Закономерности развития государственных унитарных предприятий России в рыночной экономике : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.01 «Экономическая теория». Пенза, 2006. 23 с.
18. Пастухова Е.А. Адаптация экономической системы к изменениям внешней среды. URL: <http://www.bogdinst.ru>.
19. Ячменьова В.М. Ідентифікація стійкості діяльності промислових підприємств : монографія. Сімферополь : Доля, 2007. 384 с.
20. Милославова И.А. Понятие и структура социальной адаптации : автореф. дис. ... канд. фил. наук : 09.00.00 «Социальная философия». Ленинград, 1974. 24 с.
21. Ханалиев Г.И. Развитие системы управления адаптацией автомобильного транспорта в условиях экономической среды : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством» ; Северо-кавказский государственный технический университет. Ставрополь, 2006. 21 с.
22. Лепейко Т.І., Кривобок К.В. Адаптаційний потенціал підприємства в конкурентному середовищі. *Економічний аналіз*. 2015. Т. 20. С. 245–250.

References:

1. Severcov A.S. (2005) *Teoriya jevoljucii*. [Theory of evolution]. Moscow: Gumanitar. izd. centr VLADOS. (in Russian)
2. Mejer K., Devis S. (2007) *Zhivaja organizacija: Kompanija kak zhivoj organizm: Grjadushhaja konvergencija informatiki, nanotekhnologii, biologii i biznesa*. [The company as a living organism: The upcoming convergence of computer science, nanotechnology, biology and business]. Moscow: Dobraya kniga. (in Russian)
3. Kharchyshyna O.V. (2010) *Vplyv naukovykh shkil menedzhmentu na formuvannia teorii orhanizatsijnoi struktury* [The influence of scientific schools of management on the formation of the theory of organizational structure]. *Economy. Management. Innovations*, no. 1. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2010_1_23.
4. Kavtysh O.P. (2013) *Adaptatsijnyj mekhanizm korporatsij: sut' i osoblyvosti realizatsii* [Adaptation mechanism of corporations: essence and features of realization]. *Business Inform*, no. 7, pp. 313–320.
5. Nort D. (2010) *Ponimanie processa jekonomicheskikh izmenenij* [Understanding the process of economic change]. Transl. from engl. Martynova K., Jedel'mana N. Moscow: Izd. dom Gos. un-ta Vysshej shkoly jekonomiki.
6. Semenyshyna N.V. *Teoriia instytutsijnogo izomorfizmu ta ii proiav v reformuvanni natsional'noi systemy bukhgalters'koho obliku* [The theory of institutional isomorphism and its manifestation in the reform of the national accounting system]. Available at: <http://magazine.faa.org.ua/teoriya-instituciynogo-izomorfizmu-ta-ii-proyav-v-reformuvanni-nacionalnoi-sistemi-buhgalterskogo-obliku.html>.
7. Tsymbal S.M. (2005) *Filosofs'ko-metodolohichnyj potentsial sotsiosynerhetyky*. [Philosophical and methodological potential of sociosynergetics]. (PhD Thesis). Kyiv: Sumy state. Pedagogical University named after A.S. Makarenko.
8. Smith John J. (1963) *Encyclopedia Americana. The International Reference Work (30 Volume Set)*. Vol. 1. First Edition. Rand McNally & Company; Later Printing.
9. Rajzberg B.A., Lozovskij L.Sh., Starodubceva E.B. (2006) *Sovremennyy jekonomicheskij slovar'* [Modern economic dictionary]. Moscow: Infra-M.
10. *Jekonomiko-matematicheskij jenciklopedicheskij slovar'* [Economic and mathematical encyclopedic dictionary]. (2003). In Danilov-Danil'jan V.I. red. Moscow: Bol'shaja Rossijskaja Jenciklopedija. Izdatel'skij Dom "INFRA-M".
11. *Filosofskie problemy adaptacii* [Philosophical problems of adaptation]. (1975). Georgievskij A.B. i dr. Moscow: Mysl'.
12. Chizhen'kova E.V. (2006) *Formirovanie jekonomicheskogo mehanizma adaptacii hozjajstvujushhego sub#ekta k rynchnoj srede*. [Formation of the economic mechanism of adaptation of the business entity to the market environment] (PhD Thesis). Moscow: Orel State Institute of Economics and Trade. Available at: http://www.0ck.ru/menedzhment_i_trudovye_otnosheniya/problemy_adaptacii_predpriyatiya_k.html.

13. Kozachenko A.V., Ponomarev V.P., Ljashenko A.N. (2003) *Jekonomicheskaja bezopasnost' predpriyatija: sushhnost' i mehanizm obespechenija* [Economic security of the enterprise: essence and mechanism of maintenance]. Monografiya. Kyiv: Libra.
14. Krys'ko Zh.L. (2009). Adaptatsiia pidpriemstva do zovnishn'oho seredovyscha cherez mekhanizm restrukturyzatsii [Adaptation of the enterprise to the external environment through the mechanism of restructuring]. *Galician Economic Bulletin*, no. 2, pp. 38–42.
15. Grosul V. A., Askerov T.T. (2019) Sushhnost' i ključevye aspekty adaptacii predpriyatij roznichnoj trgovli [The essence and key aspects of adaptation of retail enterprises]. *Intelligence XXI*, no. 2, pp. 22–26.
16. Aliksieiev S.B. (2003) Formuvannia adaptivnoho upravlinnia pidpriemstvamy vuhil'noho mashynobuduvannia [Formation of adaptive management of coal engineering enterprises]. (PhD Thesis). Donets'k: Odessa National Economic University.
17. Lastaev T.T., Kajgorodcev A.A. (2006) Mehanizm agropromyshlennoj integracii [The mechanism of agro-industrial integration]. *KASSU newspaper*, no. 4, pp. 10–12.
18. Pitajkina I.A. (2006) *Zakonomernosti razvitija gosudarstvennyh unitarnyh predpriyatij Rossii v rynochnoj jekonomike* [Regularities of development of the state unitary enterprises of Russia in market economy]. (PhD Thesis). Penza.
19. Mezhdunarodnyj institut A. Bogdanova. Vserossijskaja Internet-konferencija. Pastuhova E.A. Adaptacija jekonomicheskoi sistemy k izmenenijam vneshnej sredy. [A. Bogdanov International Institute. All-Russian Internet Conference. Pastukhova EA Adaptation of the economic system to changes in the external environment]. Available at: <http://www.bogdinst.ru>.
20. Yachmen'ova V.M. (2007) *Identifikatsiia stijkosti diial'nosti promyslovykh pidpriemstv: monohrafiia* [Identification of sustainability of industrial enterprises: a monograph]. Simferopol: Dolia.
21. Miloslavova I.A. (1974) *Ponjatie i struktura social'noj adaptacii* [The concept and structure of social adaptation]. (PhD Thesis).
22. Hanaliev G.I. (2006) *Razvitie sistemy upravlenija adaptaciej avtomobil'nogo transporta v uslovijah jekonomicheskoi sredy* [Development of management system of adaptation of motor transport in the conditions of economic environment] (PhD Thesis). Stavropol': North Caucasus State Technical University.
23. Lepejko T.I., Kryvobok K. V. (2015) Adaptatsijnyj potentsial pidpriemstva v konkurentnomu seredovyschi [Adaptive potential of the enterprise in a competitive environment]. *Proceedings of the Economic analysis*. Ternopil National Economic University; (eds. Deriy V.A.). Ternopil: Publishing and Printing Center of Ternopil National University of Economics "Economic Thought", Vol. 20, pp. 245–250.

УДК 351:339.54

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/162-6>**Ксендзук В. В.**кандидат економічних наук, доцент,
Державний університет «Житомирська політехніка»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7670-7350>**Ksendzuk Valentyna**

Zhytomyr Polytechnic State University

АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ З МЕТОЮ ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

Здійснене дослідження ґрунтується на актуальній проблемі вдосконалення державної зовнішньоторговельної політики. На підставі використання методу узагальнення статистичних даних, методу структурного аналізу досліджено основні показники зовнішньої торгівлі товарами та послугами. Протягом останніх років спостерігається збереження пропорційного розподілу позицій у структурі експорту та імпорту товарів. Це вказує на сировинну спрямованість та продовольчу структуру експорту, імпорту енергозалежність та високу частку готової продукції (машини, устаткування, транспортні засоби тощо) в структурі імпорту, що визначає проблеми у зовнішньоторговельній політиці України. Для вдосконалення державної політики запропоновано виділити пріоритетні високоефективні галузі експорту, забезпечити розвиток екологічного складника підприємств та здійснювати підтримку у сфері заохочення інвестиційного капіталу для створення продукції з доданою вартістю. Це забезпечуватиме участь України в глобальних ланцюгах створення вартості та формуватиме високий рівень конкурентоспроможності країни на міжнародному ринку товарів і послуг.

Ключові слова: зовнішня торгівля, експорт, імпорт, зовнішньоторговельна політика, державна політика, Україна.

ANALYSIS OF FOREIGN TRADE ACTIVITIES FOR THE PURPOSE OF FORMING THE STATE POLICY OF UKRAINE

The study is based on the current problem of improving state foreign trade policy. Based on the use of the method of generalization of statistical data (to describe and systematize the factors influencing foreign trade in order to identify trends in its development) and the method of structural analysis (to analyze the structure of foreign trade in terms of goods and geography). In recent years, there has been a proportional distribution of positions in the structure of exports and imports of goods. This characterizes the raw material orientation and food structure of exports, imported energy dependence and a high share of finished products (machinery, equipment, vehicles, etc.) in the structure of imports, which determines the problems in Ukraine's foreign trade policy. This indicates that today the export policy does not reflect the effective implementation of tasks and objectives to improve the economic development of the country through the formation of competitive export potential. A significant share of import operations in the country's foreign trade turnover requires a reorientation of domestic production and investment. In order to improve the state policy, it is proposed to identify the priority of highly efficient export industries, ensure the development of the environmental component of enterprises and provide support in the field of investment capital incentives to create value-added products. In addition, the development of state policy in the field of customs regulation requires expanding the geography of trade agreements with developing countries. One of the tasks of improving foreign trade policy should be to create a competitive environment in the domestic market and support exports through the use of political, legal, economic, institutional, information mechanisms. This will ensure Ukraine's participation in global value chains and will form a high level of the country's competitiveness in the international market of goods and services.

Keywords: foreign trade, export, import, foreign trade policy, state policy, Ukraine.

JEL classification: H83, F13, O24

Постановка проблеми. Сьогодні кожна країна переслідує мету створення конкурентоспроможної позиції у світових та міжнародних рейтингах, що вимагає використання повного потенціалу та можливостей. Зовнішня торгівля є одним із пріоритетних напрямів зовнішньоекономічної політики України та інструментом, завдяки якому можна змінювати та регулювати місце та роль країни в системі міжнародних економічних відносин. Не завжди зміни можуть бути позитивні та сприяти економічному розвитку країни. Часто проблемами підвищення рівня ефективності зовнішньої торгівлі є: сировинний характер експортних операцій, відсутність дієвої зовнішньоторговельної політики, неналежна інституційна база державного регулювання зовнішньоторговельних операцій, залежність національної економіки від імпортової продукції тощо. Іден-

тифікація таких проблем та причин їх виникнення є важливим етапом у сфері розвитку системи управління зовнішньоторговельною політикою на державному рівні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зовнішньоторговельна діяльність України є предметом дослідження багатьох вітчизняних науковців, серед яких – роботи А. Мазаракі, Т. Мельник, І.А. Чекмасової, Б.В. Дергалюка, А.Ю. Погребняка, О.В. П'янкової, О.С. Ралко та ін. Дослідники аналізують тенденції розвитку зовнішньої торгівлі та використовують різноманітні методи – від описового до побудови математичних моделей. Н. Калюжна [4] систематизує сутність таких методів і підходів у контексті дослідження зовнішньої торгівлі України. Також науковець звертає увагу на те, що в умовах міжнародної нестабільності традиційний

економіко-статистичний апарат утрачає свою актуальність та потребує залучення сучасного арсеналу математичного інструментарію.

У дослідженні нами використано метод узагальнення статистичних даних (для опису та систематизації чинників впливу на зовнішню торгівлю з метою виявлення тенденцій її розвитку) та метод структурного аналізу (для аналізу структури зовнішньої торгівлі у товарному та географічному розрізі, що дасть змогу окреслити перспективні напрями зовнішньоторговельної політики України).

Ураховуючи змінність зовнішнього та внутрішнього середовища, варто відзначити актуальність теми дослідження у сфері виокремлення проблемних питань щодо державного управління зовнішньоторговельною діяльністю в Україні.

Мета статті полягає у розкритті місця та ролі України в міжнародній торгівлі та оцінці сучасного стану зовнішньоторговельної діяльності країни, що дасть змогу обґрунтувати напрями вдосконалення державної політики в даній сфері.

Виклад основного матеріалу. Інформаційні матеріали щодо динаміки та структури зовнішньої торгівлі (експорту та імпорту товарів і послуг) систематизуються на рівні: Державної служби статистики України, Державної фіскальної служби України, Центру зовнішньополітичних досліджень Національного інституту стратегічних досліджень, Національного банку України (НБУ), Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства. Кожна установа здійснює збір статистичних даних за певними напрямками з метою задоволення потреб зацікавлених користувачів. У цілях наукового дослідження нами здійснено огляд основних показників, що характеризують зовнішню торгівлю товарами та послугами, на підставі даних НБУ, ураховуючи той факт, що статистика зовнішнього сектору НБУ складається на основі рекомендацій Міжнародного валютного фонду.

Передусім варто зазначити, що відкритість економіки до участі у зовнішньому ринку товарів і послуг характеризує загальний ліберальний напрям державної політики України. За останні 10 років частка експорту у ВВП країни коливалася від 41,2% (2019 р.) до 52,8% (2015 р.), а імпорту – від 49% (2019 р.) до 59,3% (2012 р.) [1]. Хоча варто зауважити, що висока частка імпорту у ВВП країни характеризує імпортозалежність економіки та потребує здійснення відповідних заходів із боку держави у сфері застосування регулювання імпортних операцій. На цьому наголошують у науковому середовищі такі дослідники, як Т.Л. Краснодєд [6], Н. Гусєва, Ю. Кандиба, П. Кобилін [2] та ін.

В.С. Михайлов здійснив регресійний і кореляційний аналіз щодо тісноти зв'язку та ступеня впливу показників збалансованості зовнішньої торгівлі товарами і послугами на зростання ВВП країни. На підставі дослідження науковець підтверджує «необхідність для органів державного управління й регулювання економічного розвитку України та її зовнішньоекономічної діяльності, в першу чергу це стосується МЕРТ, а також Національного банку, Державної фіскальної служби, Державної митної служби та ін., забезпечувати постійно діючу систему заходів, спрямованих на підвищення рівня збалансованості торговельного балансу України. Серед таких заходів можна відзначити підви-

щення ефективності експортного потенціалу країни, у тому числі за рахунок товарних груп із високою доданою вартістю та високотехнологічних товарів, посилення ролі України як транзитної держави, стимулювання національного товаровиробника, у тому числі за рахунок дієвого використання монетарних методів, ліцензування, квотування, захисту національного ринку та водночас пошуку нових ринків збуту вітчизняних товарів і послуг, науково обґрунтованого макроекономічного прогнозування тощо» [9, с. 251].

Зважаючи на загальний стан економіки України, рішення у сфері державного управління зовнішньоекономічною діяльністю повинні мати чіткі завдання та алгоритми їх виконання, адже такий ліберальний характер економічних відносин потребує впровадження відповідних механізмів управління зовнішньоекономічними процесами.

Окрім того, зовнішньоторговельна політика повинна бути спрямована на розвиток експортного потенціалу країни і регулювання імпортних операцій із метою захисту національного товаровиробника. Такий підхід є обґрунтованим у положеннях теорії конкурентних переваг М. Портера. Варто звернути увагу на формування національної конкурентоспроможності країни та будувати політику вільної торгівлі з урахуванням потреб експортерів.

Сьогодні спостерігається ситуація, коли сальдо зовнішньоторговельного балансу товарів і послуг є позитивним у сумі 1,1 млрд дол. проти негативного в сумі 1,7 млрд дол. порівняно з I півріччям 2019 р. Позитивне сальдо збереглося завдяки зменшенню обсягів імпорту послуг у 2020 р. порівняно з 2019 р. на 26%. Натомість сальдо зовнішньої торгівлі товарами від'ємне – 1,3 млрд дол., хоча порівняно з I півріччям 2019 р. поліпшилося на 2,5 млрд дол. Поліпшення показників відбулося за рахунок зменшення обсягів імпортних операцій на 14,33% та експортних операцій – на 6,35%. Результати аналізу динаміки експортно-імпортних операцій відображено на рис. 1.

Така ситуація в 2020 р. спричинена передусім зменшенням зовнішньоторговельних оборотів у загальному по всіх структурних позиціях операцій експорту та імпорту товарів (рис. 2) та послуг. Протягом останніх двох років спостерігається збереження пропорційного розподілу в структурі експорту та імпорту товарів.

І.Ю. Крупяк виділяє тенденції, що спричиняють зменшення зовнішньоторговельних оборотів: «зниження купівельної спроможності населення держави, скорочення потреби у високотехнологічному імпорті, що зумовлені девальваційними процесами, посиленням протекціоністських заходів, загостренням військових конфліктів на територіях промислового виробництва». Окрім того, причинами «скорочення обсягу експорту товарів і послуг стали зниження світових цін на сировинні товари, несприятлива кон'юнктура світового ринку, зміна пріоритетів щодо партнерства у зовнішній торгівлі», «нестабільна політико-економічна ситуація в окремих регіонах України, обмежений доступ до кредитних ресурсів, втрата державою частини ринків збуту та виробничих потужностей для експорту, значна його сировинна спрямованість» [7].

Н. Гусєва, Ю. Кандиба, П. Кобилін [2] зазначають, що «сильною стороною зовнішньої торгівлі України є порівняно високий ступінь продуктової диверсифікації

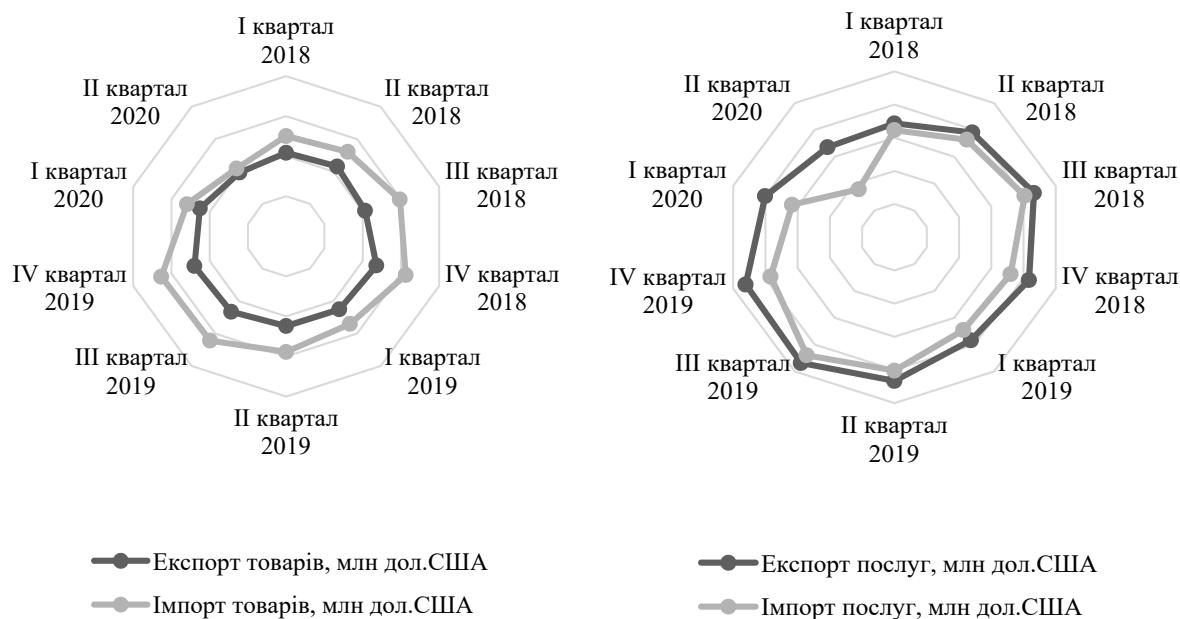


Рис. 1. Динаміка експортно-імпорتنних операцій у платіжному балансі України

Джерело: складено на основі [11]

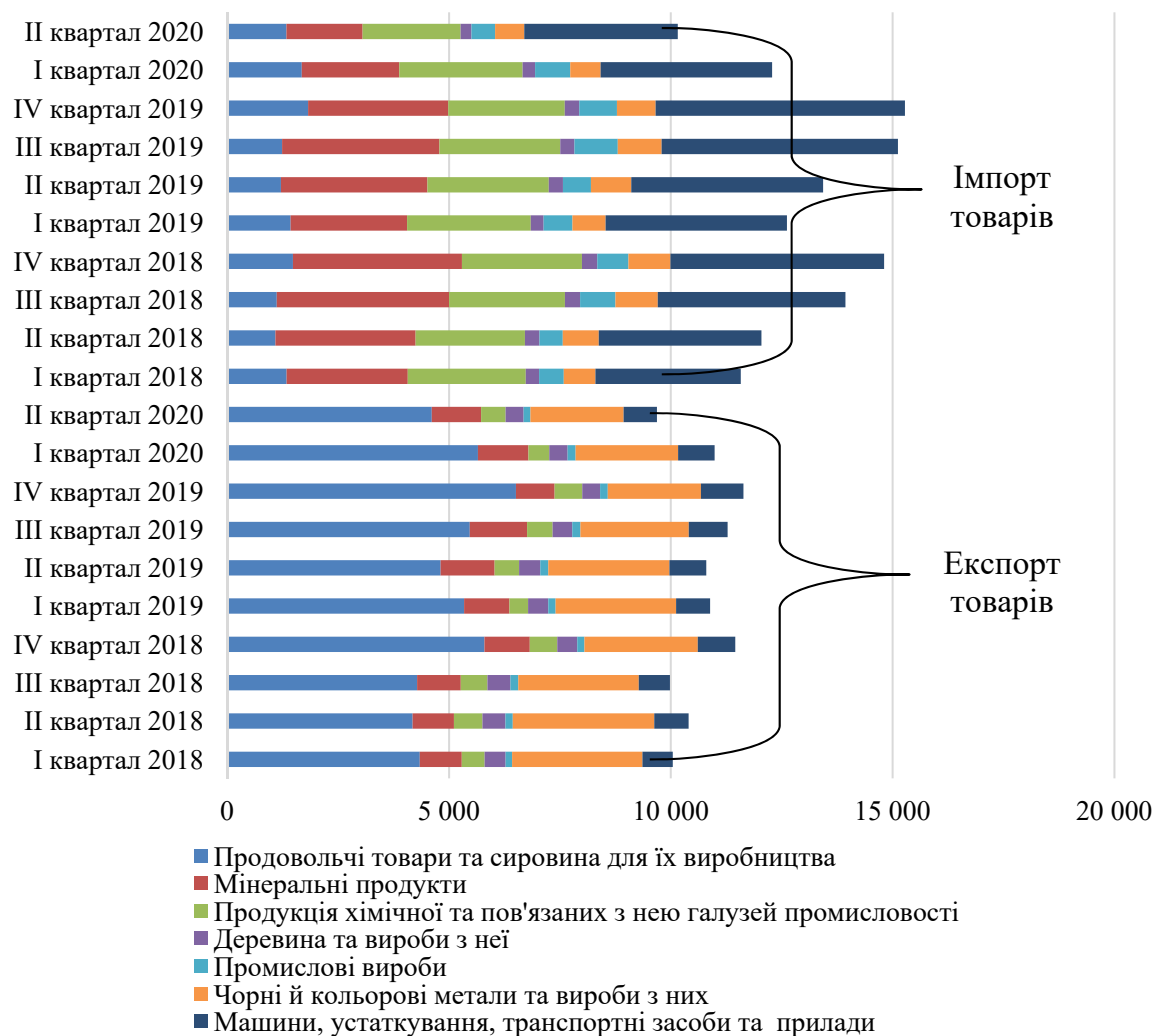


Рис. 2. Товарна структура експорту та імпорту товарів, млн дол. США

Джерело: складено на основі [11]

експорту товарів, що зменшує вплив змін у зовнішній кон'юктурі за окремими товарними групами на загальні показники країни. Слабка сторона – висока питома вага продукції первинного сектору економіки, ціна, яка на світовому ринку значно поступається продукції обробної промисловості» [2].

Можна зробити висновок, що сировинна спрямованість та переважаюча продовольча структура експорту, імпортна енергозалежність та висока частка готової продукції (машини, устаткування, транспортні засоби тощо) у структурі імпорту визначають проблеми у зовнішньоторговельній політиці України. Це свідчить про те, що сьогодні експортна політика не відображає ефективного виконання завдань і цілей щодо поліпшення економічного розвитку країни за рахунок формування конкурентоспроможного експортного потенціалу. Вагома частка імпорتنних операцій у зовнішньоторговельному обороті країни вимагає переорієнтації національних виробництв та залучення інвестицій задля участі в глобальних ланцюгах створення вартості.

У галузевій структурі експорту та імпорту послуг (рис. 3) спостерігається позитивна ситуація переважання експорту над імпортом. С. Кулицький [8] наголошує, що «саме позитивне сальдо української зовнішньої торгівлі послугами традиційно певною мірою компенсувало негативне сальдо вітчизняної зовнішньої торгівлі товарами». Г.В. Крамарев, В.О. Шликова, О.М. Леванда зазначають, що «імпорт послуг в Україні є більш диференційованим, ніж експорт» [5].

За підсумками I півріччя 2020 р. експорт послуг по відношенню до I півріччя 2019 р. зменшився на 705,0 млн дол. Зменшення відбулося за всіма структур-

ними позиціями, окрім комп'ютерних та інформаційних послуг (зростання на 16,6%). Аналогічна ситуація з імпортом послуг у I півріччі 2020 р.: зменшення на 814,7 млн дол., зростання відбулося за комп'ютерними та інформаційними послугами – на 6% [10].

Важливим етапом у дослідженні є також аналіз географічної структури експортно-імпортних операцій (рис. 4). У наукових дослідженнях Ерік Райнерт [12] зазначає, що симетрична вільна торгівля між незалежними партнерами завжди призводить до користі обох. Уважаємо, такий підхід має використовувати й Україна, щоб досягти відповідних успіхів у сфері зовнішньоторговельної політики.

Натомість в Україні країни ЄС-28 залишаються найбільшим торговельним партнером. Питома вага цих країн у зовнішньоторговельному обороті товарів і послуг України у I півріччі 2020 р. становила 36,6% [10].

Щодо експорту товарів, то позитивним є зростання участі України в торгівельних відносинах з Азією (на 15,6%), Австралією та Океанією (39,5%), хоча у цілому за I півріччя 2020 р. ситуація погіршилася. Імпорт товарів за I півріччя 2020 р. теж скоротився порівняно з I півріччям 2019 р. Найбільшими партнерами залишаються Китай, Німеччина, Російська Федерація, Польща та США.

Отже, виділені та окреслені проблеми в розвитку зовнішньої торгівлі безпосередньо визначають напрям руху зовнішньоторговельної політики України. О.М. Соколовська зазначає, що «ослаблення глобальної економіки зменшить попит на сировину у світі і зробить її дешевшою. Це зменшить український експорт, створюючи умови для знецінення гривні. В умовах падіння доходів держави, бізнесу і населення відбу-

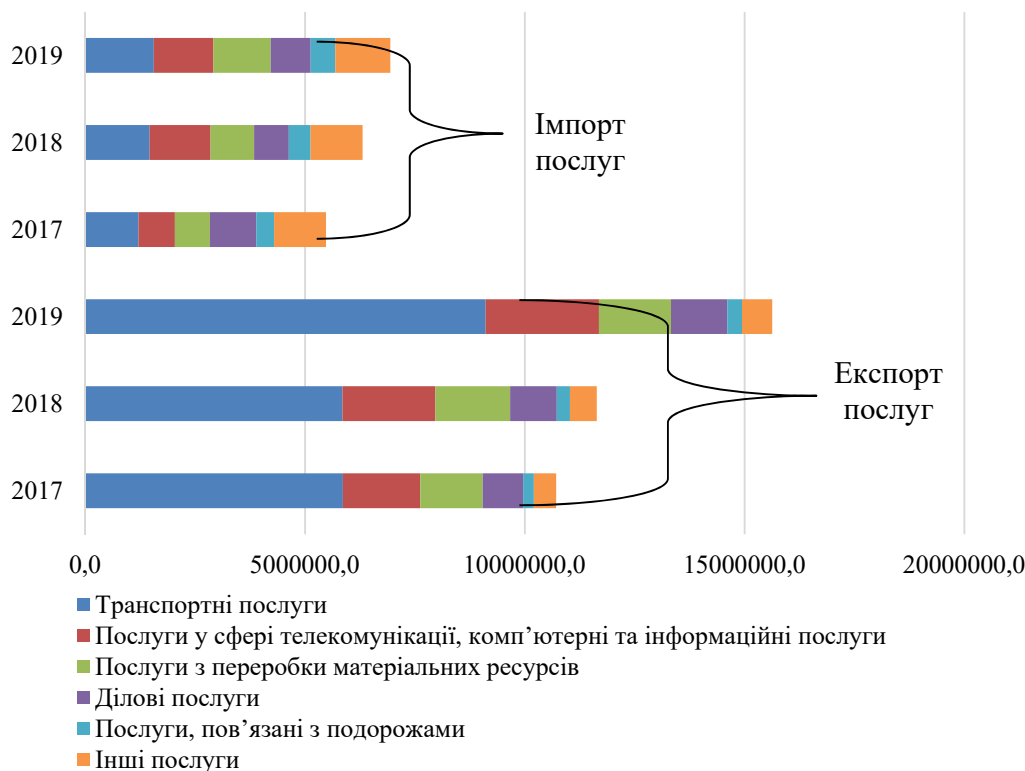


Рис. 3. Структура експорту та імпорту послуг, млн дол. США

Джерело: складено на основі [3]

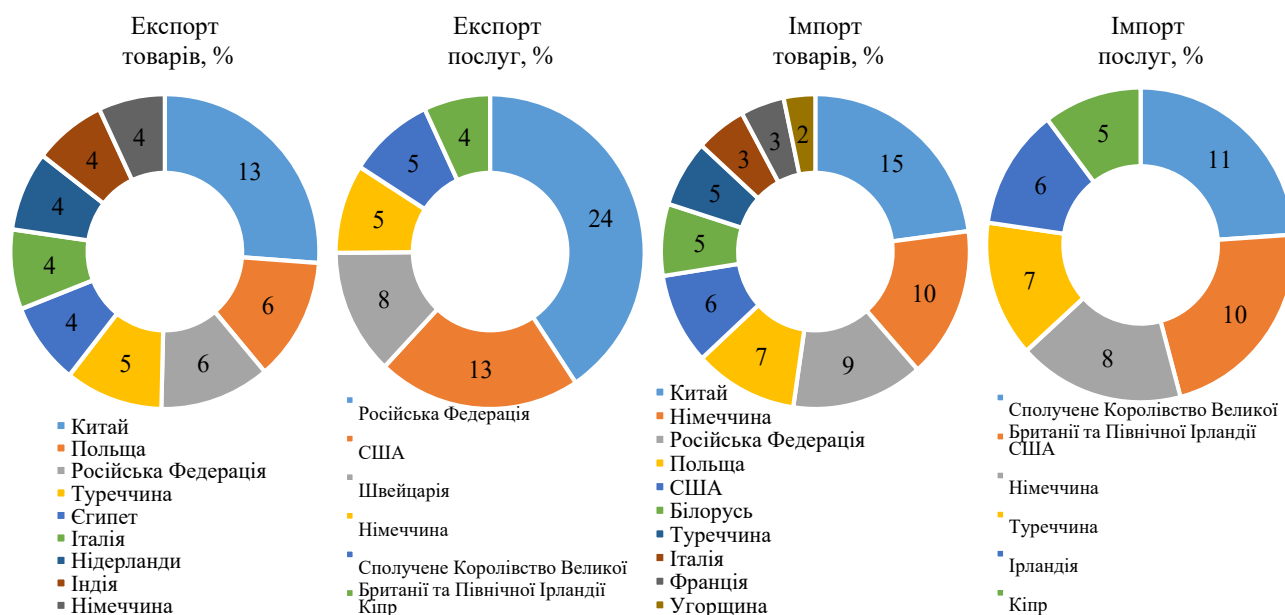


Рис. 4. Географічна структура експорту та імпорту товарів і послуг України

Джерело: складено на основі [3]

детсь скорочення імпорту. Кабінет Міністрів України зробив прогноз щодо скорочення експорту на 5,5% і скорочення імпорту на 10% [13, с. 100].

У зв'язку із цим вважаємо, що подальші дії держави повинні полягати в реалізації зовнішньоторговельної політики, урахування спеціалізації країни та сприяючи розвитку пріоритетних високоефективних галузей. Наприклад, зважаючи на сільськогосподарську орієнтованість експорту України, позитивним було б надання додаткового фінансування та підтримка в залученні інвестицій експортерам, які створюватимуть готову продукцію з високою доданою вартістю. Окрім того, розвиток державної політики у сфері митного регулювання потребує розширення географії торговельних угод із країнами, що розвиваються. Одними із завдань удосконалення політики у сфері зовнішньої торгівлі мають бути формування конкурентоспроможного середовища на внутрішньому ринку та підтримка експорту через застосування політичних, правових, економічних, інституційних, інформаційних механізмів.

Щодо імпорту товарів і послуг, то ефективність державної політики окреслюватиметься безпосередньо вдосконаленням енергоефективних виробництв, що сприятиме забезпеченню екологічного складника функціонування підприємств. Також активізація розвитку виробництв, які виготовлятимуть альтернативи

імпортним товарам, забезпечуватиме оптимізацію обсягів імпортних операцій.

Висновки. Отже, досліджуючи питання сучасного стану зовнішньоторговельної діяльності країни, обґрунтовано необхідність удосконалення державної політики в даній сфері. Ураховуючи відкритість економіки України, що підтверджує високий ступінь її участі у зовнішньому ринку товарів і послуг, проявляється ліберальний напрям державної зовнішньоторговельної політики України. Показники експорту та імпорту товарів і послуг обґрунтовують потребу звернути увагу на формування національної конкурентоспроможності країни та враховувати потреби експортерів під час реалізації політики вільної торгівлі.

Для нівелювання негативного впливу зовнішніх і внутрішніх чинників на розвиток зовнішньої торгівлі на рівні державних органів влади потрібно переглянути зовнішньоторговельну політику та виділити пріоритетні високоефективні галузі експорту, забезпечити розвиток екологічного складника підприємств та здійснювати підтримку у сфері заохочення інвестиційного капіталу для створення продукції з доданою вартістю. Це забезпечуватиме участь України в глобальних ланцюгах створення вартості та формуватиме високий рівень конкурентоспроможності країни на міжнародному ринку товарів і послуг.

Список використаних джерел:

1. Валовий внутрішній продукт (ВВП) в Україні 2020. URL: <https://index.minfin.com.ua/economy/gdp/>.
2. Гусева Н., Кандиба Ю., Кобилін П. Трансформації зовнішньої торгівлі товарами України: реалії, проблеми, перспективи. *Часопис соціально-економічної географії*. 2019. Т. 26. С. 55–75.
3. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/zed.htm.
4. Калюжна Н. Зовнішня торгівля України: методологія дослідження. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2017. № 1. С. 16–31.
5. Крамарев Г.В., Шликова В.О., Леванда О.М. Аналіз динаміки та структури зовнішньоторговельної діяльності України. *Бизнес Інформ*. 2019. №. 1(492). URL: https://www.researchgate.net/publication/336770546_Analiz_dinamiki_ta_strukturi_zovnisnotorgovelnioi_dialnosti_Ukraini.
6. Краснодєд Т.Л. Аналіз експортно-імпортних операцій України на сучасному етапі. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»*. 2018. №. 22 (2). С. 32–35.

7. Крупяк І.Ю. Вектори зовнішньої торгівлі держави в умовах сучасних економічних перетворень. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Т. 20. С. 158–162.
8. Кулицький С. Сучасний стан української зовнішньої торгівлі. *Зовнішня торгівля України: стан, проблеми й перспективи*. № 10. URL: http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3581:suchasniy-stand-ukrajinskojizovnishnoji-torgivli&catid=64&Itemid=376.
9. Михайлов В.С. Торговельний баланс України: статистичний аналіз. *Університетські наукові записки*. 2018. № 1. С. 242–254.
10. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства. URL: <https://www.me.gov.ua/Tags/DocumentsByTag?lang=uk-UA&id=cffc4b55-4c23-4749-b714-275849f954a6&tag=RozvitokEksportu2019>.
11. Національний банк України. Платіжний баланс. 2020. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-external/data-sector-external#1>.
12. Райнерт Е. Як багаті країни забагатіли ... і чому бідні країни лишаються бідними / пер. П. Таращук. Темпора, 2015. 444 с.
13. Соколовська О.М. Проблеми зовнішньої торгівлі України та її регіонів у контексті світової кризи. *Вісник економічної науки України*. 2020. № 1. С. 97–102.

References:

1. Valovy vnutrishnii produkt (VVP) v Ukraini (2020). Available at: <https://index.minfin.com.ua/economy/gdp>.
2. Husieva N., Kandyba Yu., Kobylin P. (2019) Transformatsii zovnishnoi torhivli tovaramy Ukrainy: realii, problemy, perspektivy. *Chasopys sotsialno-ekonomichnoi heohrafii*. T. 26, pp. 55–75.
3. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/zed.htm.
4. Kaliuzhna N. (2017) Zovnishnia torhivlia Ukrainy: metodolohiia doslidzhennia. *Zovnishnia torhivlia: ekonomika, finansy, pravo*, no. 1, pp. 16–31.
5. Kramarev H.V., Shlykova V.O., Levanda O.M. (2019) Analiz dynamiky ta struktury zovnishnotorhovelnoi diialnosti Ukrainy. *Byznes Ynform*, no. 1 (492). Available at: https://www.researchgate.net/publication/336770546_Analiz_dinamiki_ta_strukturi_zovnis-notorgovelnoi_dialnosti_Ukraini.
6. Krasnodied T.L. (2018) Analiz eksportno-importnykh operatsii Ukrainy na suchasnomu etapi. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Serii: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo*, no. 22 (2), pp. 32–35.
7. Krupiak I.Iu. (2017) Vektory zovnishnoi torhivli derzhavy v umovakh suchasnykh ekonomichnykh peretvoren. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*. T. 20, pp. 158–162.
8. Kulytskyi S. Suchasnyi stan ukraïnskoï zovnishnoi torhivli. *Zovnishnia torhivlia Ukrainy: stan, problemy y perspektivy*, no. 10. Available at: http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3581:suchasniy-stand-ukrajinsko-jizovnishnoji-torgivli&catid=64&Itemid=376.
9. Mykhailov V.S. (2018) Torhovelnyi balans Ukrainy: statystychnyi analiz. *Universytetski naukovy zapysky*, no. 1, pp. 242–254.
10. Ministerstvo rozvytku ekonomiky, torhivli ta silskoho hospodarstva. Available at: <https://www.me.gov.ua/Tags/DocumentsByTag?lang=uk-UA&id=cffc4b55-4c23-4749-b714-275849f954a6&tag=RozvitokEksportu2019>.
11. Natsionalnyi bank (2020). Ukrainy Platizhnyi balans. Available at: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-external/data-sector-external#1>.
12. Rainert E. (2015) Yak bahati krainy zabahatily... i chomu bidni krainy lyshaiutsia bidnymi. Pereklad: Tarashchuk P. Tempora, 2015. 444 p.
13. Sokolovska O.M. (2020) Problemy zovnishnoi torhivli Ukrainy ta yii rehioniv u konteksti svitovoi kryzy. *Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy*, no. 1, pp. 97–102.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 336.76

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/162-7>**Бердар М. М.**доктор економічних наук, професор,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка**Кот Л. Л.**кандидат економічних наук, доцент,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка**Berdar Marharyta, Kot Liudmyla**

Taras Shevchenko National University of Kyiv

ДЕРИВАТИВИ ЯК ФІНАНСОВІ ІННОВАЦІЇ ФІКТИВНОГО КАПІТАЛУ

У статті розглянуто економічну природу деривативів як фінансових інновацій фіктивного капіталу. Охарактеризовано їхню сутність та різні класифікаційні форми. Визначено, що деривативи використовуються переважно з метою хеджування ризиків, а також для реалізації інвестиційної стратегії. Деривативи як інноваційні фінансові продукти формуються в результаті специфічних відносин економічних суб'єктів у процесі їхньої інноваційної діяльності на фінансовому ринку. Ці відносини дають змогу забезпечити потреби, пов'язані з пошуком джерел фінансування, припускають практично необмежені можливості для варіації величини ризику і його перерозподілу, забезпечують ліквідність та збільшення кінцевих фінансових результатів. Здійснено аналіз функціонування світового ринку деривативів та розвитку ринку деривативів в Україні. Виявлено позитивні та негативні тенденції розвитку цього ринку. Окремлено основні проблемні аспекти, що перешкоджають ефективній діяльності вітчизняного ринку деривативів. На основі проведеного аналізу стану та динаміки ринку похідних цінних паперів в Україні запропоновано основні напрями його розвитку.

Ключові слова: деривативи, похідні фінансові інструменти, фіктивний капітал, біржовий ринок, цінні папери, хеджування ризиків.

DERIVATIVES AS FINANCIAL INNOVATIONS OF FIXED CAPITAL

The article considers the economic nature of derivatives as financial innovations of fictitious capital. Their essence and various classification forms are characterized. It is determined that derivatives are used mainly for risk hedging, as well as for the implementation of investment strategy. Derivatives as innovative financial products are formed as a result of specific relations of economic entities in the process of their innovative activity in the financial market. These relationships allow to meet the needs associated with the search for sources of funding, involve virtually unlimited opportunities for variation in the amount of risk and its redistribution, provide liquidity and increase the final financial results. By setting future prices, participants in futures contracts can plan their activities in the future. Prices in this market are a kind of indicator of the future state of the economy. The development of the derivatives market in Ukraine is slow, and is accompanied by low trading volumes and a rather limited range of derivative securities used as a hedging instrument, so it is important to study global trends in its operation at the present stage. In the context of financial globalization, derivatives are an integral part of global capital markets, and derivatives help a wide range of end users to manage risk and improve profits. Participants in the global derivatives market say that their liquidity remains unchanged or improves in 2019, with more than 80% expecting the same in 2020. Such positive sentiment from end consumers, investors, clearing companies, brokers, traders and exchanges, participating in global derivatives markets is an indicator of high confidence. The analysis of the functioning of the world derivatives market and the development of the derivatives market in Ukraine is carried out. Positive and negative tendencies of development of this market are revealed. The main problematic aspects that hinder the effective operation of the domestic derivatives market are outlined. Based on the analysis of the state and dynamics of the derivatives market in Ukraine, the main directions of its development are proposed.

Keywords: derivatives, derivative financial instruments, fictitious capital, stock market, securities, risk hedging.

JEL Classification: G23, D24, G32

Постановка проблеми. Похідні фінансові інструменти є важливою складовою частиною світового фондового ринку. Завдяки широкому можливостям управління капіталом за мінімальних витрат ринок деривативів допомагає ефективно вирішувати проблему залежності від цінних коливань, оптимізуючи операційні грошові потоки компаній; досягати необхідного співвідношення власних і позикових коштів,

одночасно знижуючи їх вартість; приймати інвестиційні рішення, які найбільше відповідають потребам і політиці компаній.

Деривативи як інноваційні фінансові продукти формуються в результаті специфічних відносин економічних суб'єктів у процесі їхньої інноваційної діяльності на фінансовому ринку. Ці відносини дають змогу забезпечити потреби, пов'язані з пошуком дже-

рел фінансування, припускають практично необмежені можливості для варіації величини ризику і його перерозподілу, забезпечують ліквідність та збільшення кінцевих фінансових результатів. Встановлюючи майбутні ціни, учасники термінових контрактів можуть планувати свою діяльність у майбутньому. Отже, ціни на цьому ринку виступають своєрідним індикатором майбутнього стану економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню теоретичних та практичних питань розвитку ринку деривативів присвячено багато наукових праць відомих зарубіжних і вітчизняних учених, таких як О.А. Альціоне, С.О. Даниліна, К.Н. Єрмолаєв, М.Є. Краснова, Д.К. Халл, О.М. Шевченко та інші дослідники. Відзначаючи вагомий результат наукових здобутків, слід зазначити, що низка теоретичних і практичних питань функціонування ринку деривативів в Україні потребує подальшого вивчення та аналізу.

Постановка завдання. Основним завданням цього дослідження є аналіз сучасного стану й основних тенденцій розвитку ринку деривативів, розроблення рекомендацій щодо його вдосконалення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Незважаючи на свою відносну молодість, світовий ринок похідних фінансових інструментів є динамічно зростаючим сегментом фінансового ринку. Сьогодні в умовах постійної динаміки курсів валют, коливання попиту і пропозиції істотно підвищуються ризики і зростає навантаження на реальний сектор економіки. У зв'язку з цим ринок деривативів, здатний швидко адаптуватися до змін і вимог зовнішнього середовища, передбачає появу нових форм термінових контрактів, що дають змогу захистити бізнес шляхом хеджування ризиків.

Сутність деривативів необхідно розглядати з огляду на базові активи, що лежать в основі, а також на час виконання таких угод. Якщо акції як цінні папери мають необмежений термін існування, то деривативи характеризуються обмеженням терміном дії – від декількох днів до декількох місяців. Їх вартість залежить від залучення в угоду реальних активів. А тому всі термінові контракти є похідними, або деривативами (від англ. derivative – похідний).

Визначення похідних деривативів розкриває природу фіктивної вартості як похідної вартості. Похідність заснована на зміні в часі рівня доходу за поточних і майбутніх вкладень. Отже, суть похідних (деривативів) полягає в тому, що вони долучають термінові контракти, які укладаються для отримання спекулятивного прибутку або хеджування (страхування) ризиків, засновані на ринкових активах, шляхом вирівнювання грошових потоків у часі і просторі. Це фіктивний капітал «другого і третього порядку» [1, с. 4].

Дж. Халл вважає, що деривативи, або похідні цінні папери, – це фінансові інструменти, вартість яких залежить від вартості інших, більш первинних щодо них, тобто базисних змінних [2, с. 642].

На думку агентства Reuters, деривативами вважаються похідні щодо базових готівкових активів, що можуть бути куплені, продані як цінні папери або інші фінансові інструменти.

Як ми бачимо, порівняно з Халлом Reuters дає більш повне визначення, в якому йдеться про те, що похідні – це не просто вторинні папери, вартість яких

залежить від базового активу, крім цього, вони можуть перебувати в обігу, як і всі інші цінні папери.

CFTC (Commodity Futures Trading Commission) [3] дає ще повніше визначення: похідний інструмент – це фінансовий інструмент, що торгується на біржі або позабіржовому ринку, ціна якого безпосередньо залежить (тобто є похідною) від вартості одного або більше базових активів: цінних паперів, фондових індексів, боргових інструментів, товарів, інших похідних інструментів або будь-яких узгоджених цінових індексів чи інших угод (наприклад, зміна в часі індексу споживчого кошика або ставок фрахту). Похідні інструменти мають на увазі торгівлю правами і зобов'язаннями, заснованими на базових продуктах, а не передачу прав власності на них.

Є фінансові та товарні деривативи; торги з деривативами можуть відбуватися на біржі, а в окремих випадках є і позабіржові операції.

Класифікація фінансових деривативів включає різні їх форми:

- ф'ючерси – терміновий контракт купівлі-продажу біржового активу через певний термін у майбутньому за ціною, встановленою на момент укладання угоди;
- опціон – можливість купівлі-продажу права (не зобов'язання) на купівлю-продаж цінних паперів за фіксованою ціною протягом деякого періоду або на визначену наперед дату в майбутньому обмін на опціонну премію;
- форвардний контракт – строковий договір купівлі-продажу будь-якого активу в майбутньому, який укладається поза біржею;
- свопи – угоди про обмін у майбутньому платежами протягом встановленого періоду, в якому ціна одного платежу є фіксованою, а ціна іншого – змінною, або ціни обох платежів плаваючі.

Інноваційні форми деривативів відображають три основні тенденції:

- оформлення майнових прав головним чином у вигляді цінних паперів;
- стрімке зростання ринків похідних цінних паперів;
- глобальність ринків капіталів.

Розвиток ринку деривативів в Україні відбувається повільними темпами та супроводжується невисокими обсягами торгівлі й досить обмеженим спектром похідних цінних паперів, що використовуються як засіб хеджування, тому актуальним є вивчення світових тенденцій його функціонування на сучасному етапі. В умовах фінансової глобалізації деривативи є невід'ємною частиною світових ринків капіталу, похідні фінансові інструменти допомагають широкому колу кінцевих користувачів управляти ризиками та покращувати прибуток. Учасники світового ринку деривативів зазначають, що їх ліквідність залишається незмінною або покращується в 2019 р., причому понад 80% очікують того ж і в 2020 р. Такі позитивні настрої з боку кінцевих споживачів, інвесторів, клірингових компаній, брокерів, трейдерів та бірж, що беруть участь у світових ринках деривативів, є показником високої довіри.

Варто відзначити, що в умовах розвитку ринкової інфраструктури використання деривативів із метою хеджування ризиків є головною стратегією 57% користувачів, більше половини вказують на використання деривативів для реалізації своєї інвестиційної стратегії [4].

Актуальний біржовий ринок досить активно використовує переваги деривативів, і у 2019 р., відповідно до звіту The WFE's Derivatives Report 2019, спостерігаються рекордно високі обсяги торгів деривативами. Так, за період 2010–2019 рр. загальний обсяг торгів сягнув 32 млрд укладених контрактів (з них 14,76 млрд опціонів та 18,13 млрд ф'ючерсів), що за 10 років становило приріст 61,5% із середнім річним рівнем зростання 7,6%. Порівняно з 2018 р. обсяги торгів збільшились у 2019 р. на 9,4%. Варто відзначити, що найбільше зростання обсягів торгів деривативами спостерігається на біржах Азіатсько-Тихоокеанського регіону (26,4%), крім того, позитивну динаміку демонстрував Американський регіон (1,4%), тоді як країни Європи, Близького Сходу та Африки (ЕМЕА) зафіксували зниження на 4,9% [5].

Переважну частку ринку деривативів у 2019 р. займав за обсягами торгів Азіатсько-Тихоокеанський регіон – 42,5%, він покращив свій результат порівняно з 2018 р. на 6%. Зазначене збільшення викликано зростанням обсягів торгів на всі види продукції: базові активи (37,6%), ETF (21,4%), процентну ставку (2,6%), валюти (7,2%) та товарні деривативи (32,7%). Частка Американського регіону за цей період становила 40,5% світових обсягів торгівлі деривативами, при цьому демонструючи незначне падіння на 3% порівняно з 2018 р., причиною чого стало зменшення ETF, товарних та інших деривативів відповідно на 8,9%, 16,3% та 12,1% [6].

Обсяги торгівлі деривативами регіонів Європи, Близького Сходу та Африки (на частку яких припадало 17% від загального обсягу) зменшилися на 4,9% через падіння ETF (80%), процентної ставки (13,9%), валюти (22,8%) та інших деривативів (60,8%), тоді як у регіонах зареєстровано збільшення обсягів базових активів (41,9%) та товарних деривативів (16,3%). Вважаємо, що причинами такого стану є хвилі соціальних протестів у цих країнах, а також Brexit Великобританії.

Однак, оцінюючи стан позабіржового ринку деривативів за період 2018–2019 рр., відзначимо незначну динаміку його росту на 59,6 млрд дол. США переважно за рахунок збільшення деривативів на процентну ставку на 55,07 млрд дол. США [5].

Крім того, важливим вектором до активації транскордонних операцій є інтерес до китайських ринків з боку американських та європейських фірм. Так, 29% респондентів зазначили, що вони вже активно займаються китайськими ф'ючерсами, 20% планують незбаром вийти на ринок, тоді як 18% вивчають там можливості [7]. Тобто посилення глобалізації є логічним розвитком світового ринку деривативів.

Український ринок деривативів нині не демонструє позитивної світової тенденції, а, навпаки, має тренд до скорочення. Так, станом на кінець 2019 р. відповідно до звіту НКЦПФР не зареєстровано випусків опціонних сертифікатів, у 2018 р. зареєстровано 1 випуск опціонних сертифікатів на загальну суму 55,5 млн грн, що на 23 млн грн більше порівняно з 2017 р. і на 143 млн грн менше порівняно з 2016 р. (рис. 1) [7].

Частка обсягів торгів деривативами у 2019 р. становила 0,22 млрд грн від загальних обсягів торгів на ринку цінних паперів, який у 2019 р. сягнув позначки 778,08 млрд грн (рис. 2).

Дані рис. 2 демонструють тенденцію до зниження обсягу торгів деривативами на ринку цінних паперів України на 2,49 млрд грн порівняно з 2018 р. та на 5,4 млрд грн порівняно з 2017 р.

Аналізуючи структуру українського ринку деривативів, відзначимо, що переважна частка торгів відбувається на біржовому ринку, тоді як позабіржовий ринок у нашій країні недостатньо розвинутий (рис. 3). Що стосується діяльності фондових бірж України, то обсягом біржових контрактів із деривативами відзначилась у 2019 р. «Перспектива» на суму 205,18 млн грн, що на 592 млн грн менше порівняно з 2018 р., та УМВБ, її обсяги зросли і становили 4,36 млн грн. проти 0,03 млн грн у 2018 р. Варто відзначити, що нині ринок деривативів є досить молодим сегментом фінансового ринку України, що і зумовлює негативні коливання показників. Безумовно позитивним моментом в організації та становленні діяльності українського ринку деривативів стало (в рамках меморандуму з Міжнародним валютним фондом із поточної програми Stand by) підписання президентом України у серпні 2020 р. Закону України «Про ринки капіталу та організовані товарні ринки», який регулює вітчизняний ринок деривативних контрактів [9].

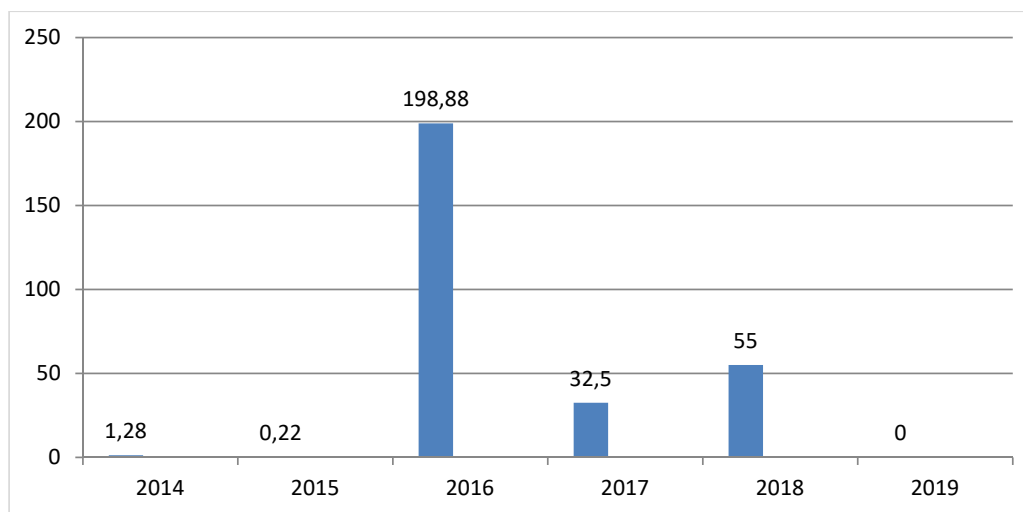


Рис. 1. Обсяг зареєстрованих випусків опціонних сертифікатів у 2014–2019 рр., млн грн [7]

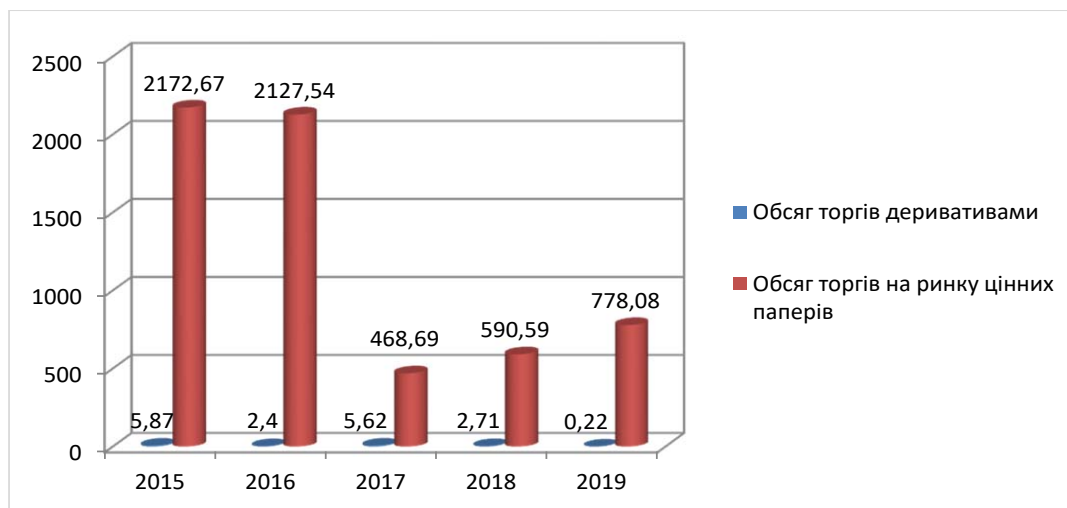


Рис. 2. Обсяг торгів деривативами на ринку цінних паперів у 2015–2019 рр., млрд грн [7]

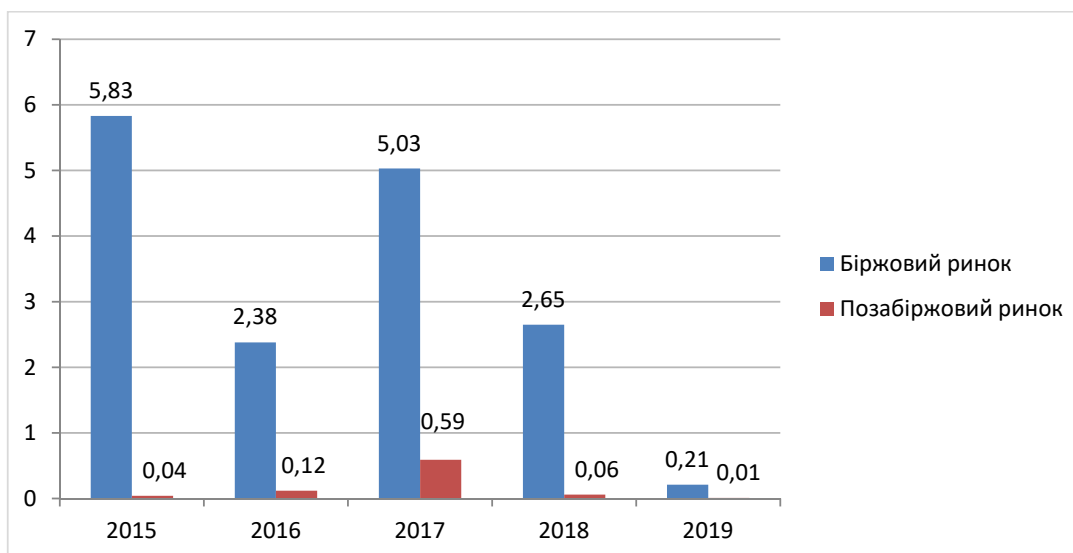


Рис. 3. Обсяг торгів деривативами на біржовому та позабіржовому ринку у 2015–2019 роках, млрд грн [7]

Вважаємо цю законодавчу новачку актуальним вирішенням проблеми регулювання українського ринку деривативів, оскільки базовий Закон формує чітке і системне законодавче поле для регулювання питань здійснення операцій з деривативами, що у поєднанні з визначеними нами стратегіями, притаманними світовому ринку, забезпечить повноцінне функціонування та подальший розвиток ринків капіталу в Україні.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, на основі аналізу стану та динаміки функціонування ринку деривативів можна констатувати, що він не відповідає потребам розвитку національної економіки, не виконує своєї головної функції – хеджування ризиків учасників ринку. Нагальні проблеми, що існують на ринку деривативів в Україні, заважають його розвитку – це незначні обсяги торгів деривативами, обмежена кількість похідних цінних паперів, недосконалість та відсутність спеціального нормативно-правового підґрунтя щодо регулювання випуску та обігу

деривативів. Водночас перехід ринку деривативів на якісно новий рівень залежить від вирішення проблемних питань та стимулювання подальшого його розвитку. Підвищення ефективності функціонування ринку деривативів в Україні дасть змогу запровадити міцну основу для довгострокового зростання економіки України та забезпечення стабільності її фінансової системи.

Деривативи – це не тільки одна з форм фіктивного капіталу, а й принципово новий щабель розвитку фіктивного капіталу. Це виражається в тому, що деривативи дають змогу: розділити ризики і кожен із них мінімізувати по-своєму, звертатися з вимогами окремо від зобов'язань, відмовитися від виконання угоди, наприклад в опціон; надають високу частку фінансового левеліджу. Усе зазначене свідчить про те, що інноваційні фінансові продукти ускладнюють економічні відносини, породжуючи нові потреби у фінансових інноваціях.

Список використаних джерел:

1. Ермолаев К.Н. Ценные бумаги и деривативы как и нституциональные формы фиктивного о (титального) капитала. *Вопросы экономики и права*. 2010. № 4. С. 4–10.
2. Халл Д.К. Опционы, фьючерсы и другие производные финансовые инструменты. Москва : Издательский дом «Вильямс», 2008. 1042 с.
3. CFTC Glossary. URL: http://www.cftc.gov/ConsumerProtection/EducationCenter/CFTCGlossary/glossary_d.html (дата звернення: 15.12.2020).
4. McPartland K., Monahan K. (2020) Derivatives Market Structure 2020. URL: <https://www.fia.org/sites/default/files/2020-03/Derivatives-Market-Structure-2020-PRINT.20-2012%20%282%29.pdf> (дата звернення: 15.12.2020).
5. The WFE's Derivatives Report 2019. URL: <https://www.worldexchanges.org/our-work/articles/wfe-2019-derivatives-report> (дата звернення 18.12.2020).
6. Краснова М.Є. Сучасний стан світового ринку деривативів. *Електронне фахове видання «Ефективна економіка»*. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2020/154.pdf (дата звернення: 21.12.2020).
7. Річний звіт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку за 2019 рік. URL: <https://www.nssmc.gov.ua/about-us/annual-reports/#page-4> (дата звернення 18.12.2020)
8. Закон України Про ринки капіталу та організовані товарні ринки. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/738-20#Text> (дата звернення 20 грудня 2020).
9. Шевченко О.М. Сучасні тенденції функціонування ринку деривативів в Україні / О.М. Шевченко, О.О. Шевченко. *Інфраструктура ринку : електр. фах. наук.-практ. журн.* 2018. № 18. С. 9–15.

References:

1. Ermolaev K.N. (2010) Securities and derivatives as institutional forms of fictitious (title) capital. *Problems of Economics and Law*, no. 4, pp. 4–10.
2. Hull D.K. (2008) Options, futures and other derivative financial instruments. Moscow: Publishing house "Williams", pp. 1042.
3. CFTC Glossary. Available at: http://www.cftc.gov/ConsumerProtection/EducationCenter/CFTCGlossary/glossary_d.html (accessed 15 December 2020).
4. McPartland K., Monahan K. (2020) Derivatives Market Structure 2020 [Електронний ресурс]. Available at: <https://www.fia.org/sites/default/files/2020-03/Derivatives-Market-Structure-2020-PRINT.20-2012%20%282%29.pdf> (accessed 15 December 2020).
5. The WFE's Derivatives Report 2019 [Електронний ресурс]. Available at: <https://www.worldexchanges.org/our-work/articles/wfe-2019-derivatives-report> (accessed 18 December 2020).
6. Krasnova M.E. (2020) Suchasny Stan of Svitovy Rinku Derivatives. Electronic fahove vidannya «Effective economy». Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2020/154.pdf (accessed 21 December 2020).
7. The official site of The National securities and stock market commission (2020). The annual report of the National securities and stock market commission for 2019. Available at: <https://www.nssmc.gov.ua/about-us/annualreports/#page-4> (accessed 18 December 2020).
8. The official site of The Verkhovna Rada of Ukraine (2020). The Law of Ukraine “About capital markets and organized commodity markets”, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/738-20#Text> (accessed 20 December 2020).
9. Shevchenko O.M., Shevchenko O.O. (2018) Modern trends in the functioning of the derivatives market in Ukraine. *Infrastrukturа rynku*, no. 18, pp. 9–15.

УДК 339:138

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/162-8>**Буга Н. Ю.**кандидат економічних наук, доцент,
Донецький національний університет імені Василя Стуса
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7378-9036>**Янчук Т. В.**кандидат економічних наук, доцент,
Донецький національний університет імені Василя Стуса
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3901-7670>**Тарановська Ю. М.**магістрант,
Донецький національний університет імені Василя Стуса**Buga Nataliia, Yanchuk Tanya, Taranovska Ylia**

Vasyl Stus Donetsk National University

МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ІТ-СФЕРИ

У статті досліджено використання маркетингових комунікацій для просування ІТ-послуг. Визначено відмінності між традиційним комплексом та інтернет-комунікаціями. Деталізовано види та розкрито сутність інтернет-комунікацій. На основі експертної оцінки оцінено ефективність застосування інтернет-комунікацій на прикладі хостингової компанії. Доведено, що під час вибору виду маркетингових інтернет-комунікацій потрібно враховувати сегменти цільової аудиторії. Для просування послуг хостингової компанії, де цільова аудиторія «постійно перебуває» у віртуальному середовищі, недоцільно застосовувати традиційні засоби. Обґрунтовано використання соціальних мереж, тому компанія намагається адаптувати традиційні інструменти під віртуальне середовище, знаходити нові засоби, щоби більш ефективно впливати на поведінку як наявних, так і потенційних клієнтів.

Ключові слова: маркетингові комунікації, ІТ-сфера, реклама, хостинг, соціальні мережі.

MARKETING COMMUNICATIONS USED IN PROMOTING IT SERVICES

The article describes the reasons for choosing marketing communications used in promoting IT services. The object of the research was marketing communications of the hosting company, which has been operating in Ukraine for the last 19 years. In writing the article the theoretical-empirical research method is used, consisting of elements such as analysis and synthesis of marketing processes in the enterprise, logical argument of the consequences and effects of the introduction of certain promotion tools. Comparing and generalizing the main differences between online and offline marketing communications. Distinctions between the traditional complex and Internet communications have been defined. The traditional complex of marketing communications contains advertising, public relations, sales promotion, direct marketing and personal sales. The complex of Internet communications involves the use of different kinds of Internet advertising, Internet PR, search engines, direct marketing, SMM, virtual communities. The detailed main means of Internet communications have also been identified to promote the services of enterprises active in the IT field. On the basis of the expert evaluation, the effectiveness of the use of Internet communications of the hosting company is evaluated. The most effective in this case are Email mailing, SEO and PPC. It has been proved that when choosing the type of marketing Internet communications, it is necessary to take into account the peculiarities of the target audience. To promote the services of the hosting company, where the target audience is "permanently" in a virtual environment, it is not practical to use traditional means. Recommendations are given on the selection of Internet communication tools for the hosting company depending on the characteristics of the target audience. The use of social media is justified. The practical significance of the study is that companies that try to adapt traditional tools to a virtual environment need to find new tools to better influence the behavior of both existing and potential customers.

Keywords: marketing communications, promoting, IT services, hosting company, target audience.

JEL classification: L86, M31, M37

Постановка проблеми. Для того щоби підприємству зайняти позицію в числі лідерів ринку, необхідно постійно вдосконалювати засоби маркетингових комунікацій. Діючих каналів просування сьогодні для компанії вже мало, і, працюючи в комплексі, вони не завжди приносять ефективні результати. Сприятливим фактором розвитку підприємства в доступному для огляду майбутньому є зростання використання інформаційних технологій, яке приводить до підвищення популярності товарів та послуг. Просування підприємства в Інтернеті досягається за рахунок використання різних інструментів, зокрема веб-сайту, пошукової

оптимізації, контекстної і медійної реклами, email-маркетингу, онлайн-PR, партнерського маркетингу. Кожен інструмент має свої особливості та вирішує свої завдання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження проблем комунікацій та розроблення технологій просування знайшло відображення у класичних працях Ф. Котлера, Г. Армстронга, А. Косенко, О. Кузика, Н. Міллера, Т. Діброва та інших науковців. Особливості просування товарів в інтернет-середовищі розглядають М. Окландер, І. Літовченко [1], М. Лебеденко [2]. Переваги глобальної мережі в цій

галузі незаперечні: інформаційні особливості Інтернету, а також розвиток нових форм інтернет-реклами дають змогу досягти максимально тісного контакту між рекламодавцями й кінцевими споживачами за мінімальних витрат, тому важливо постійно проводити дослідження нововведень та роботи алгоритмів, які діють у мережі.

Мета статті полягає в обґрунтуванні вибору маркетингових комунікацій, що застосовуються під час просування хостингових послуг.

Виклад основного матеріалу. Впровадження концепції інтегрованих маркетингових комунікацій для просування послуг забезпечує створення єдиного цілісного образу підприємства завдяки об'єднанню двох інформаційних потоків з реального та віртуального середовищ. Воно забезпечує безперервну комунікативну взаємодію із зовнішнім та внутрішнім середовищами підприємства шляхом використання механізмів зворотного зв'язку.

Для кращої візуалізації різниці між традиційними та інтернет-засобами комунікації складемо рис. 1. Можна прослідкувати схожість цих комплексів, оскільки інтернет-просування є адаптованою версією традиційного комплексу під умови віртуалізації бізнесу.

Деталізуймо основні інструменти інтернет-комунікацій.

1) SEO (search engine optimization). Засоби пошукової оптимізації включають набір інструментів для динамічного внутрішнього й зовнішнього розвитку ресурсу/сайту. Під внутрішнім розвитком сайту розуміють оптимізацію (вдосконалення) коду сторінок, ключових слів, заголовків сторінок, описів, коригування текстів для найкращого їх сприйняття не тільки потенційними клієнтами, але й роботами пошукових систем. Зовнішній розвиток полягає у формуванні так званого зовнішнього оточення сайту з посилань на нього з інших релевантних за тематикою сайтів, форумів, блогів, популярних каталогів і порталів. Для досягнення стабільно позитивних результатів у незалежній зоні

пошукових систем за потрібними напрямками запитів вкрай важливо демонструвати динаміку як внутрішнього, так і зовнішнього розвитку. Застосування цих засобів характеризується відносною дешевизною кожного залученого на сайт клієнта, високою цільовою спрямованістю, тривалим стартом (від 2 місяців і вище), необхідністю як мінімум регулярної підтримки досягнутих результатів.

2) Банерна реклама. Реклама товару з використанням графічних або анімаційних зображень у спеціальних областях сайтів і порталів. Якщо банери розміщуються на ресурсах, тематика яких відповідає темі пропонованого на банері товару або послуги, то результативність рекламної кампанії буде високою. Однак використання банерної реклами спрямовано переважно на покращення іміджу, побічно стимулює збут товару. Банери можуть бути як клікабельними (тобто під час натискання на банер здійснюється перехід на іншу веб-сторінку), так і неклікабельними (тобто посилання на банері відсутнє). Підходи до оцінювання ефективності банерної реклами в мережі Інтернет різняться, проте здебільшого підрахунок ефективності зводиться до визначення відношення числа переходів по банеру (якщо він є клікабельним на інший веб-ресурс) до витрачених коштів. Банерна реклама порівняно з іншими засобами інтернет-просування є дорогим джерелом залучення клієнтів, при цьому цільова спрямованість залученої аудиторії є вельми сумнівною.

3) Контекстна реклама. Вид розміщення інтернет-реклами на основі принципу відповідності змісту рекламного матеріалу (змісту) інтернет-сторінці, на якій розміщується цей матеріал. Як правило, засобами контекстної реклами є інструментарій відомих систем контекстних оголошень, зокрема Google, Adwords, Яндекс.Директ. Для чітко визначеного набору запитів складаються оголошення, визначається вартість переходу на сайт відвідувача з цих оголошень за кожним запитом, здійснюється переказ суми у вибрану контекстну систему, налаштовуються параметри кампанії



Рис. 1. Види традиційних та інтернет-комунікацій

(географічний, часовий таргетинг). Застосування засобів контекстної реклами характеризується швидким стартом і моментальною зупинкою кампанії (вручну або по закінченню коштів на власному рахунку в контекстній системі), високою цільовою спрямованістю, гнучкістю налаштувань географічного та часового таргетингу, відносним удорожчанням кожного залученого на сайт клієнта.

4) Таргетингова реклама. Вид реклами, що дає змогу показувати її певній групі цільових покупців з огляду на їхню стать, вік, географічне положення, професію і рід занять, інтересів тощо, що веде до підвищення ефективності самого рекламного повідомлення. Таргетинг в Інтернеті дає змогу показувати рекламні банери згідно з інтересами відвідувачів інформаційної сторінки. В перекладі з англійського "target" означає «ціль», тобто дуже вузьку групу. Така реклама найчастіше використовується в соціальних мережах, адже саме вони дають найчіткіший портрет своїх користувачів [3], тому найефективніше її використовують у Facebook з можливістю показувати свою рекламу на різних плейсментах.

5) Обмін посиланнями. Розміщення рекламного посилання на іншому веб-ресурсі (на платній основі або на умовах відповідного розміщення рекламного посилання на власному сайті).

6) Новинне просування. Поширення тематичних новин із посиланням на сайт або з його згадкою на майданчиках популярних новинних ресурсів.

7) Просування через соціальні мережі. До інструментів просування в соціальних мережах належать банерна реклама, реклама в групах і спільнотах, реклама в ігрових додатках, реклама, поширювана за допомогою поширення контенту, незалежна експертна реклама. Використання інструментів просування в соціальних мережах вважається досить недорогим методом, якщо не враховувати таргетингову рекламу та загальне платне просування. Нині важко оцінити «якість» такого залученого клієнта. Залежно від соціальної мережі є можливість визначення конкретного напрямку роботи, сфери діяльності. Чи то блог, який просуває власний бренд, чи то місцева кав'ярня, яка використовує локальні методи комунікації з цільовою аудиторією. За правильно сформованого маркетингового плану просування з використанням наявних ресурсів може бути досягнутий істотний ефект без значних інвестицій [4].

8) Просування за допомогою форумів. Ініціювання дискусій на форумах, створення окремих тем зі згадкою в коментарі, повідомленнях сайту, який просувається.

9) Публікація оголошень на спеціальних сайтах-бордах у мережі.

10) Просування за допомогою поштової розсилки та месенджерів.

11) Посилання на веб-сайт у друкованих матеріалах [5].

Сьогодні конкуренція в Інтернеті величезна, а ситуація на ринку постійно змінюється. Однак існують деякі непохитні істини й певні тенденції розвитку ринку, проаналізувавши які, можемо спробувати скласти типову програму просування для певного товару або послуги чи частково автоматизувати процес.

Перш за все під час просування є заздалегідь чітко визначена ціль проєкту та бюджет на реалізацію поставленої мети. Доменне ім'я має бути оригінальним, легко запам'ятовуватись. Якщо назва легко запам'ятовується, то це допоможе клієнту повернутися й зробити нове замовлення, адже саме постійні клієнти є основним джерелом доходів в інтернет-магазинах, вони забезпечують близько 80% прибутку.

З тієї ж причини необхідно максимально опрацювати структурну й змістову частини сайту, зручність навігації і простоти замовлення. За мінімальних дій відвідувач має отримувати максимальний результат.

Під час створення сайту дуже важливо максимально оптимізувати сторінки під пошукові запити, оскільки дуже важко зробити контент інтернет-магазину унікальним. При цьому необхідний аналіз популярності запитів і конкуренції щодо них.

Багато інтернет-магазинів в Україні сьогодні втрачають своїх потенційних клієнтів через підтримку дуже обмеженого набору варіантів оплати замовлення. Користувачеві простіше знайти інший інтернет-магазин, де візьмуть звичні для нього електронні гроші, а не розбиратися і реєструватися в новій системі, щоб купити якийсь фільм. Таким чином, під час організації інтернет-магазину необхідно подбати про підключення системи білінгу з підтримкою максимальної кількості методів оплати.

Перед побудовою подальшої програми просування слід провести комплексний аналіз розкрутки конкурентів. Можна також скористатися методом використання так званих сайтів-супутників. Це сайти з невеликою кількістю сторінок із суміжної тематики, сильно оптимізовані під пошукові системи й заздалегідь розкручені «білими» методами інтернет-маркетингу. На них ставляться прямі посилання на сайт, який просуваємо, штучно збільшуючи його значимість в очах пошукових машин-роботів.

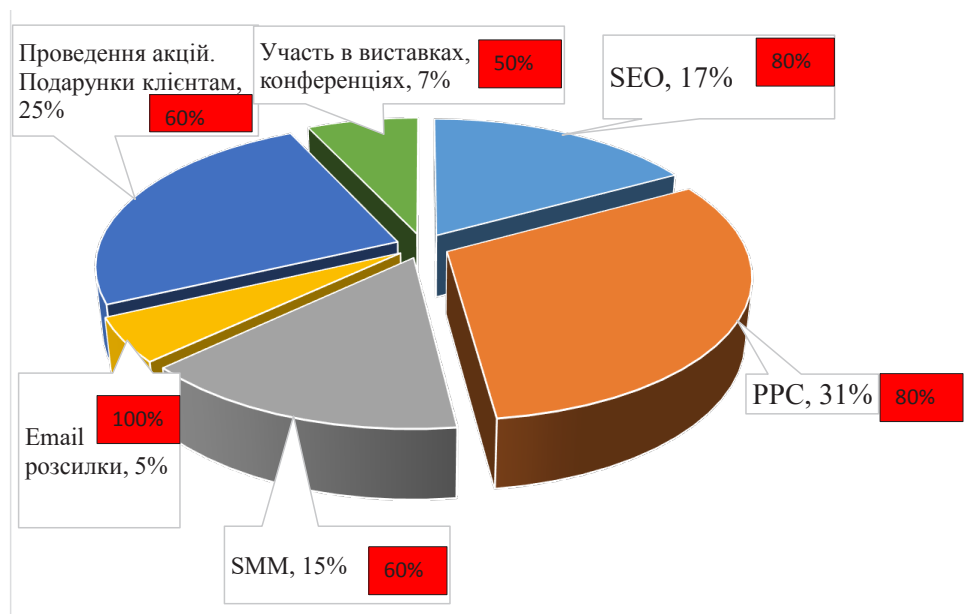
Оцінювання ефективності реалізованої програми просування має зводитися до вивчення таких моментів: аналіз відвідуваності (аудиторія, пошукові запити, глибина заходу); перетворення відвідувачів на покупців; вивчення постійних клієнтів; аналіз ефективності джерел залучення відвідувачів; оцінювання економічної ефективності (витрати й прибуток) [6].

Просування в Інтернеті – це безперервний процес, ключом до якого є всіляке задоволення потреб клієнта, відповідь на його запити. Успішним стає той магазин, який домагається стабільності ланцюжка перетворень «Відвідувач – Покупець – Постійний клієнт».

Сьогодні завданням інтернет-маркетингу є не тільки мінімізація витрат під час просування продукції та послуг, але й скорочення тимчасових витрат, максимальна автоматизація процесу просування. У розпорядженні інтернет-маркетологів перебуває безліч інструментів, зокрема аналітичний, статистичний, контроль та управління окремими етапами просування.

Для оцінювання кожного з використовуваних інструментів просування послуг хостингової компанії застосуємо експертну оцінку (рис. 2).

Можна зробити висновок, що найбільшу частку в рекламному бюджеті має проведення акцій, але ефективність заходу є середньою, оскільки цей інструмент є досить затратним, а ефект проявляється не одразу. Спочатку необхідно витратити кошти на залучення



Підсумкова оцінка

SEO	PPC	SMM	Email-розсилки	Проведення акцій, подарунки клієнтам	Участь у виставках, конференціях
Вище середнього	Вище середнього	Середня, можливі позитивні зміни	Найвища	Середня, можливі позитивні зміни	Середня, можливі позитивні зміни

Рис. 2. Експертна оцінка ефективності застосованих маркетингових дій для просування послуг хостингової компанії

клієнта, далі слід працювати над його лояльністю, а потім в ідеальних умовах він буде продовжувати тарифи та рекомендувати іншим.

Найкраще себе проявляє такий інструмент, як email-розсилки. Він має найменшу частку у рекламному бюджеті (5%) та найбільшу ефективність. Це пояснюється тим, що витратна частина складається тільки з оплати сервісу, що здійснює розсилку, та оплати зарплати платні спеціалістам, які працюють над створенням листа. Отримувачі листів вже знайомі з компанією та вже є зацікавленими в послугах.

Популярним засобом просування продукції та послуг останнім часом вважаються соціальні мережі. Розміщуючи рекламу, наприклад, на Facebook, охоплюємо деяку кількість людей, які певним чином взаємодіють з компанією, тобто це потенційно зацікавлені особи, які в подальшому можуть стати клієнтською базою. Однак не всі особи, які перейшли за посиланням, здійснюють конверсії. Для того щоб «не загубити» таких пошукачів, необхідно встановити на сайті піксель Facebook, який допоможе збирати їх у базу та далі здійснювати ретаргетинг, створювати схожі аудиторії та виключати певні аудиторії.

Піксель Facebook – це код, який розміщується в заголовку сайту. Коли хтось заходить на сайт і виконує на ньому певну дію, піксель Facebook спрацює і повідомляє про це. Тоді можна охопити цю особу під час показу реклами на Facebook. Коли на веб-сайті відбувається певна дія, піксель Facebook реєструє його як подію. Події – це дії, які виконуються на сайті завдяки рекламі на Facebook (оплачені) або органічному охопленню (неоплачені). Події можна використовувати

для відстеження конверсій, оптимізації для отримання конверсій і створення аудиторій шляхом додавання відповідного коду на веб-сайт.

Як зазначалося, перед розробленням реклами необхідно визначитися з цільовою аудиторією. В нашому випадку досліджувані сегменти цільової аудиторії хостингової компанії, в яких можна виділити три групи з урахуванням їх інтересів.

Аудиторія «А». Розробник – програміст, який безпосередньо розробляє сайти для власної компанії (штатні співробітники). Інтереси: технічні послуги та послуги у сфері ІТ, веб-розробка, веб-хостинг, офіс-менеджер, мова програмування, VPS, WordPress.com.

Аудиторія «Б». Розробник – програміст, який безпосередньо робить сайти для інших компаній (веб-студії, фрілансери). Інтереси: веб-розробка, виділений сервер, перепродаж хостингу, фрілансер, мова програмування, VPS, WordPress.com.

Аудиторія «В». Розробник – стартапер, власник інтернет-бізнесу (інтернет-магазин), власник бізнесів і невеликих сайтів, за допомогою яких вони просувають свої послуги або продукти. Інтереси: засновник, підприємництво, веб-хостинг, малий та середній бізнес, сайт, стартап.

На рис. 3 показано, в якому продукті може бути зацікавлена кожна аудиторія.

Так, аудиторія «А» більше зацікавлена у shared-хостингу та VPS. Оскільки їй необхідно розмістити сайт/проект компанії, то для одного сайту потрібно небагато місця. Вона не зацікавлена у виділених серверах, тому що це складний продукт, який потребує спеціалізованих знань. У рекламних оголошеннях

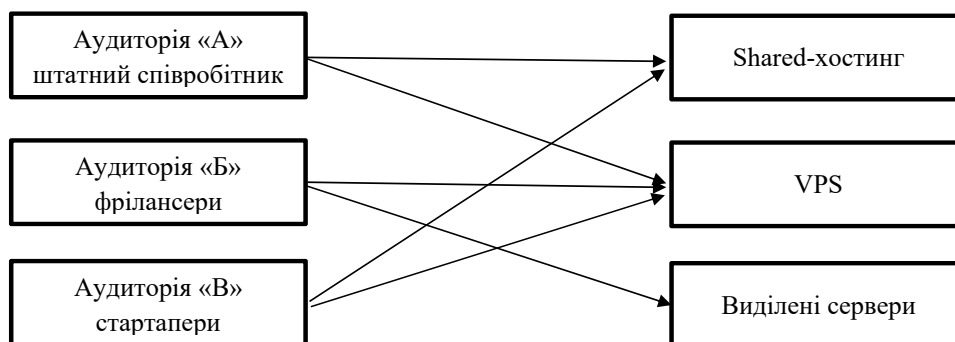


Рис. 3. Відповідність цільових аудиторій послугам, які можуть їх зацікавити

говоримо про забезпечення надійності та стабільності роботи, захист від хакерських атак. Розповідаємо про технічну підтримку 24/7, оскільки це є унікальною торговою пропозицією компанії.

Аудиторія «Б» більше зацікавлена у VPS та виділених серверах, оскільки вони розробляють сайти, які займають багато місця, або це можуть бути веб-студії, які мають спеціалізовані знання та можуть розмішувати на серверах своїх клієнтів, надаючи їм окремий доступ. Оголошення будуть акцентовані на велику кількість ресурсів за оптимально доступну ціну.

Аудиторія «В» більше зацікавлена у shared-хостингу та VPS, оскільки є найбільш неусвідомленою аудиторією, яка, можливо, сама не орієнтується в тому, що їй необхідно, тому одразу можна відкинути виділені сервери. Рекламні звернення до ЦА будуть націлені на стабільність роботи їх сайту, що приносить багато замовлень. Потрібно, щоб їх сайт перебував у пошу-

кових системах на високих позиціях, оскільки сайт – це їх інструмент заробляння грошей. Обов'язково наголошуємо на технічній підтримці 24/7, яка допоможе підібрати необхідний тариф та допоможе в основних нюансах налаштування і не тільки.

Висновки. Отже, існує досить велика різниця між засобами просування товарів і послуг в інтернет-середовищі та в традиційних офлайн-умовах. Особливо актуальним видається використання інтернет-комунікацій для просування послуг підприємств, що працюють саме в ІТ-сфері. Для них абсолютно не підходять традиційні засоби, адже цільова аудиторія «постійно перебуває» у віртуальному середовищі. Зі зростанням кількості «інтернет-залежних» більшість традиційних засобів маркетингових комунікацій виявлятиметься неефективною. У зв'язку з цим підприємствам потрібно здійснювати пошук нових засобів впливу на споживачів задля їх переведення на новий рівень.

Список використаних джерел:

1. Окландер М., Літовченко І. Комплекс інтернет-комунікацій в маркетингу. *Маркетинг в Україні*. 2008. № 3. С. 29–35. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/197228052.pdf> (дата звернення: 10.11.2020).
2. Лебеденко М., Лученко І. Веб-ресурс як ефективний інструмент маркетингових комунікацій. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. № 2. Т. 1. С. 178–182. URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011_2_1/178-182.pdf (дата звернення: 10.11.2020).
3. Реклама в Інтернеті. URL: <http://www.seoded.ru/ssilki/reklama-v-internete.html> (дата звернення: 12.09.2020).
4. Жуков А. Обоснование способов и средств интернет-продвижения товара по этапам жизненного цикла. *Экономические исследования*. 2018. № 2. С. 56–68.
5. Загоруйко С. Хостинг і просування сайтів в Інтернет. *Інформатика та інформаційні технології*: матеріали студентської наукової конференції. Одеса: ОНЕУ, 2015. С. 48–54.
6. Равікович І. Ефективність впровадження заходів інтернет-маркетингу на машинобудівному підприємстві. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. № 8. С. 594–602.

References:

1. Oklander M., Litovchenko I. (2008) Kompleks internet-komunikacij v marketynghu [Complex of Internet communications in marketing]. *Marketyngh v Ukraini* [Marketing in Ukraine] (electronic journal), no. 3, pp. 29–35. Available at: <https://core.ac.uk/download/pdf/197228052.pdf> (accessed 10 November 2020).
2. Lebedenko M., Luchenko I. (2011) Veb-resurs jak efektyvnyj instrument marketynghovykh komunikacij [Web resource as an effective tool of marketing communications]. *Visnyk Khmel'nyts'kogo nacional'nogho universytetu* [Bulletin of Khmelnytsky National University], no. 2, pp. 178–182. Available at: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011_2_1/178-182.pdf (accessed 10 November 2020).
3. Reklama v Ynternete [Advertising on the Internet]. Available at: <http://www.seoded.ru/ssilki/reklama-v-internete.html> (accessed 12 September 2020).
4. Zhukov A. (2018) Obosnovanie sposobov i sredstv internet prodvizheniya tovara po etapam zhiznennogo cikla [Justification of ways and means of online promotion of goods by stages of the life cycle]. *Ekonomicheskie issledovaniya*, no. 2, pp. 56–68.
5. Zaghoruljko S. (2015) Khostyngh i prosuvannja sajtiv v Internet [Hosting and website promotion on the Internet]. *Proceedings of the Informatyka ta informacijni tekhnologiji*: stud. nauk. konf. r. mater. konf. (Ukraine, Odesa). Odesa: ONEU, pp. 48–54.
6. Ravikovych I. (2015) Efektyvnistj vprovadzhennja zachodiv internet-marketynghu na mashynobudivnomu pidpryjemstvi [The effectiveness of the implementation of Internet marketing measures at the machine-building enterprise]. *Ghlobalni ta nacionalni problemy ekonomiky*, no. 8, pp. 594–602.

УДК 330.3

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/162-9>**Вовк О. М.**кандидат економічних наук, доцент,
Національний авіаційний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1680-1959>**Дудік А. О.**здобувачка вищої освіти,
Національний авіаційний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6588-2994>**Vovk Olha, Dudik Anna**

National Aviation University

УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА: СТРАТЕГІЧНИЙ ПІДХІД

Проведене дослідження розкриває стратегічні засади управління потенціалом розвитку підприємства. З метою досягнення поставлених цілей підприємству необхідно оптимізувати структуру ресурсів, формувати економічні можливості, застосовувати інноваційні технології та ефективно використовувати наявні компетенції. Потенціал розвитку формується і використовується відповідно до стратегічних цілей і перспектив підприємства. Стратегічний підхід до управління потенціалом розвитку стає важливим фактором розвитку та ефективного функціонування підприємств у сучасних умовах. Отже, знаходження та удосконалення концепцій та підходів у сфері стратегічного управління потенціалом розвитку підприємства дають змогу побудувати раціональну модернізаційну базу. Це дає змогу забезпечувати довгостроковий розвиток підприємства та зміцнення його позицій у конкурентному середовищі. У роботі розглянуто теоретичні основи стратегічного підходу до управління структурою потенціалу розвитку підприємства. Проаналізовано наукові здобутки в теоріях управління потенціалом розвитку підприємства. Також розглянуто світовий досвід стратегічного управління потенціалом підприємства і його практичне застосування для українських підприємств.

Ключові слова: потенціал розвитку, потенціал, структура потенціалу, інноваційний розвиток, стратегічне управління.

ENTERPRISE DEVELOPMENT POTENTIAL MANAGEMENT: A STRATEGIC APPROACH

The research reveals the strategic principles of managing the development potential of the enterprise. In order to achieve these goals, the company needs to optimize the structure of resources, create economic opportunities, apply innovative technologies and effectively use existing competencies. In order to be in a leading position in the market, the company must respond in a timely manner to all changes that constantly occur in the external environment of the company. And one of the main goals of the company is to maintain its internal environment and strengthen its image from the outside. Development potential is formed and used in accordance with the strategic goals and prospects of the enterprise. The strategic approach to the management of development potential is becoming an important factor in the development and effective functioning of enterprises in modern conditions. Thus, finding and improving concepts and approaches in the field of strategic management of enterprise development potential allow to build a rational modernization base. This allows for long-term development of the enterprise and strengthening its position in a competitive environment. The paper considers the theoretical foundations of a strategic approach to managing the structure of enterprise development potential. Scientific achievements in the theories of enterprise development potential management are analyzed. Theoretical substantiation and solution of the scientific problem of strategic management of enterprise development potential is carried out. It consists in the formation of theoretical and methodological provisions based on the developed conceptual model of enterprise development potential. The world experience of strategic management of enterprise potential and its practical application for Ukrainian enterprises is also considered. The authors proposed directions for the implementation of innovative technologies in the management of enterprise potential. This allowed to form the priorities of strategic development and adaptability of the enterprise. The proposed theoretical principles reveal the modernization prospects and conditions for the introduction of modern digital technologies in the processes of strategic management of development potential.

Keywords: development potential, potential, potential structure, innovative development, strategic management.

JEL classification: B41, O12, O21, O32, P11

Постановка проблеми. В умовах економічної нестабільності актуальним питанням для будь-якого українського підприємства є забезпечення постійного розвитку, впровадження нових технологій та вдосконалення наявних. Для вирішення цієї проблеми необхідно вирішити комплекс завдань щодо виявлення та подальшого стратегічного управління потенціалом розвитку підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями стратегічного управління потенціалом розвитку підприємств займалися такі українські та зарубіжні вчені, як О. Ареф'єва, О. Колесніков, Г. Кучерук, Т. Пітерс, О. Березін, В. Гавва, І. Ігнат'єва, С. Тульчинська, В. Пастухова, В. Горбань та інші [1–3; 7]. Але питання сучасного стратегічного управління потенціалом потребує більш детальної аналітики.

Формування цілей дослідження. Метою дослідження є узагальнення та вдосконалення теоретичних засад стратегічного управління потенціалом розвитку підприємства, а також досвіду зарубіжних країн щодо реалізації стратегічних можливостей.

Виклад основного матеріалу. Аналіз стратегічного управління потенціалом розвитку підприємства слід розпочати з визначення поняття «потенціал». Науковці трактують це поняття по-різному. Наприклад, О.В. Березін визначає його як «сукупність наявних ресурсів, що забезпечують виживання підприємства у конкурентному середовищі у перспективі» [4]. І.А. Ігнат'єва пропонує таке визначення: «потенціал – це упорядкована сукупність ресурсів, що забезпечують можливості підприємства щодо досягнення стратегічних цілей» [5]. В.Н. Гавва трактує поняття як «граничні можливості досягнення глобальної та локальної стратегічних цілей у відповідних зовнішніх умовах» [6].

Якщо узагальнити, потенціал розвитку підприємства можна охарактеризувати як комплекс взаємопов'язаних ресурсів і можливостей щодо їх раціонального використання з метою максимізації задоволення потреб споживачів, створення конкурентних переваг і забезпечення стратегічного управління розвитком підприємства в динамічному середовищі.

Структура потенціалу розвитку підприємства – це спосіб організації елементів потенціалу, що розкриває його будову, склад, спосіб формування та розвитку. В економічній теорії вказано, що є об'єктивні та суб'єктивні елементи потенціалу розвитку підприємства [2]. Детальну структуру потенціалу наведено на рис. 1. Об'єктивні складники передбачають матеріальну форму потенціалу фірми. Суб'єктивні елементи пов'язані із соціальною формою їх виявлення. Вони не споживаються, а оформляють повідомлення, загально-



Рис. 1 Класична структуризація потенціалу розвитку підприємства

економічний соціальний момент здорового використання предметних елементів [7].

Доцільно буде розглянути фактори, що впливають на структуру потенціалу розвитку підприємства, до яких належать технології виробництва, характеристики продукції, цінова політика щодо продукції та використовуваних технологій, інвестиційна активність та привабливість, рівень рентабельності, умови накопичення та капіталізації активів, просторові параметри (географічні, кліматичні, екологічні тощо), державна політика у сферах оподаткування, інвестування, інституційного регулювання, фіскальної активності.

Розглядаючи фактор розвитку підприємства із застосуванням сучасних технологій виробництва, необхідно зазначити, що вибір інструментарію визначає, які ресурси, фахівці, обладнання потрібні для реалізації. Якщо технологія раціоналізована, автоматизована і досконала, то вона суттєво збільшує у перспективі потенціал підприємства [8].

Характеристики продукції, що випускає підприємство, та її обсяг впливають на кількість фінансових ресурсів на устаткування, споруди, машинне обладнання, стимулюють підприємство встановлювати енергозберігаючі пристрої. Чим більший обсяг і реалізація продукції, тим більший виробничий потенціал підприємства.

Рівень цін на обладнання, устаткування, пристрої позначається на швидкості процесу заміни старого устаткування на нове. У сучасних умовах підприємства рідко коли можуть купувати нове обладнання, досить часто трапляються випадки, коли підприємство закупляє старе обладнання з-за кордону, аби зекономити, але це знижує якість продукції, тому в такому разі важко говорити про забезпечення високого потенціалу підприємства.

Інвестиційна привабливість підприємства. У разі, коли підприємство демонструє себе як потенційно економічно вигідне, це приваблює інвесторів, які в змозі профінансувати проекти модернізації обладнання, в іншому ж разі підприємство використовує позикові, кредитні кошти [3].

Рентабельність діяльності: безумовно, якщо прибуток підприємства зростає, це розширює його можливості і вплив та збільшує потенціал, і навпаки.

Ситуація на ринку робочої сили впливає на стратегічний рівень кадрового потенціалу підприємства. Досить актуальною в Україні є проблема безробіття та незадовільних умов праці, в тому числі низької оплати праці, що призводить до виїзду висококваліфікованої робочої сили. І тому підприємству, аби заохотити цінного робітника, необхідно підвищувати матеріальні та нематеріальні стимули, мотивації, запроваджувати безкоштовні вебінари, тренінги, бути ближчим до співробітника [9]. І якщо розглядати це в стратегічному баченні, навіть звичайний інженер, розуміючи, що він цінний для компанії, захоче допомогти їй досягти усіх цілей та піднятися на вищий рівень.

Державна політика регулювання податкової системи, фінансово-кредитна, інвестиційна політика: чим лояльніші податки та пільги для бізнесу, тим більше залишається в нього прибутку для розвитку.

Розмір капіталу організації: чим більший у підприємства фінансовий капітал та рівень його використання, тим більше можливостей для зростання

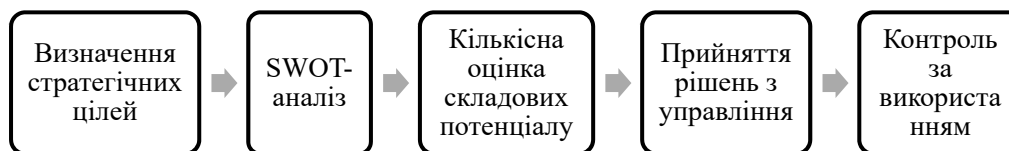


Рис. 2. Модель управління стратегічним потенціалом підприємства

потенціалу, і навпаки, якщо ж капіталу недостатньо, підприємство змушене залучати зовнішні інвестиційні активи для фінансування процесів розвитку.

Кліматичні і географічні умови розташування підприємства: залежно від того, на чому спеціалізується підприємство, і від наявності ресурсів у регіоні розташування формується рівень цін на ці ресурси.

Вирішальною ланкою у досягненні підприємницького успіху є стратегічний потенціал, адже він дає змогу окреслити майбутні можливі прибутки та їх реалізацію. З цього слідує, що досить актуальною є проблема управління цим потенціалом, тобто процесом його формування та впровадження.

Запропонований порядок стратегічного управління потенціалом розвитку підприємства наведено на рис. 2.

Ця модель управління потенціалом розвитку дає змогу враховувати слабкі та сильні сторони підприємства, його можливості й загрози, а також оцінити всі складники системи управління підприємством та зробити їх розрахунок.

Зокрема, SWOT-аналіз допомагає проаналізувати такі фактори-загрози для розкриття потенціалу підприємства в майбутньому, як:

- 1) економічні фактори;
- 2) фактори міжнародних відносин;
- 3) фактори політичної ситуації;
- 4) соціокультурні фактори;
- 5) фактори розвитку ринку;
- 6) фактори використання технологій;
- 7) фактори конкуренції.

Серед методів оцінки ринкових можливостей за способом оцінки виділяють індикаторні та матричні методи. В основу індикаторних методів покладено систему індикаторів, за допомогою якої проводиться оцінка перспективного потенціалу підприємства. З допомогою матричних методів керівництво підприємства може розглянути стратегічний потенціал не тільки свій, а й конкурентів, що дасть змогу оцінити ситуацію на ринку та вчасно зреагувати. Матричні методи широко використовуються американськими консалтинговими фірмами, і такі методи можуть бути надійним інструментом оцінки конкурентоспроможності.

Стратегічне управління розвитком підприємства обов'язково повинне враховувати інноваційний розвиток, адже інновації дають змогу підприємству роз-

ширювати межі свого впливу та захоплювати нові сегменти споживачів.

До пріоритетних напрямів інноваційного розвитку належать:

- освоєння нових технологій;
- впровадження нових технологій та обладнання;
- впровадження сучасних інформаційних технологій;
- управління інноваціями;
- підготовка і перепідготовка кваліфікації робітників у сфері новачій.

Держава зі свого боку повинна підтримувати ініціативи підприємств розвиватися, використовуючи такі засоби, як:

- різного роду преференції (податкові, митні пільги тощо);
- створення цільових науково-технічних програм;
- перейняття зарубіжного досвіду в стимулюванні розкриття інноваційного потенціалу підприємств;
- державні замовлення на інновації;
- активація розвитку венчурного підприємства;
- створення технополісів, технопарків, інноваційних центрів тощо;
- розроблення нових освітніх програм для майбутніх спеціалістів згідно із сучасними інноваційними тенденціями, що в перспективі допоможе розвивати інноваційний потенціал країни загалом.

Висновки. Підсумовуючи вищесказане, можна сказати, що стратегічне управління потенціалом розвитку підприємства є важливою складовою частиною у досягненні підприємницького успіху. Зазначені визначення поняття, складники, фактори, які впливають на стратегічне управління потенціалом підприємства, є теоретичною основою для побудови раціональної моделі управління підприємством. Впровадження моделі управління допомагає керівництву фірми приймати правильні рішення, які забезпечать усунення поточних та стратегічних проблем, та підвищує можливість підприємства вчасно реагувати на будь-які зміни у зовнішньому середовищі. У сучасному ринковому розвитку тісно пов'язане з поняттям інноваційного потенціалу, оскільки інновації – запорука розвитку. Тому як підприємству, так і державі необхідно знаходити важелі стимулювання їх впровадження для досягнення особистих цілей підприємства за рахунок розвитку свого ринку продукції.

Список використаних джерел:

1. Ареф'єва О.В., Вовк О.М. Адаптивне управління підприємствами в умовах неотехнологічного відтворення : монографія. Київ : ФОП Маслаков, 2020.
2. Кучерук Г.Ю., Тимошук О.М., Вовк О.М., Мельник О.В. Якість логістизації транспортних послуг: інвестиційний аспект: монографія. Київ : ТОВ «СІК ГРУП УКРАЇНА», 2020.
3. Тульчинська С.О., Шашина М.В. Інтелектуально-інноваційна детермінанта процесів структурної модернізації економіки регіону. *Причорноморські економічні студії*. 2019. № 37. С. 161–164.

4. Березін О.В. Завдання та механізм оптимізації структури потенціалу підприємства. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Економіка*. 2007. Вип. 4 (40). Ч. II. С. 20–28.
5. Ігнат'єва І.А. Методологічні основи стратегічного управління підприємством: автореф. дис. ... д-ра екон. наук Київ, 2006. 45 с.
6. Гавва В.Н. Оценка потенциала предприятия и отрасли / В.Н. Гавва. Харьков : НАУ «Харьківський авіаційний інститут». 2004. 287 с.
7. Краснокутська Н.С. Потенціал торговельного підприємства: теорія та методологія дослідження : монографія / Н.С. Краснокутська. Харків : Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі, 2010. 247 с.
8. Бутко М.П. Модернізація виробничої інфраструктури машинобудівних підприємств. *Ефективна економіка*. 2015. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3860>.
9. Рера Т., Чернюк Л. Потенціал модернізації як базис ефективного соціально-економічного розвитку країни в контурі відтворювальних процесів. 2017. Вип. 44. Ч. I. С. 42–49.

References:

1. Arefieva O.V., Vovk O.M. (2020) *Adaptyvne upravlinnia pidpryemstvamy v umovakh neotekhnologichnoho vidtvorennia: monohrafiia* [Adaptive management of enterprises in terms of neotechnological reproduction]. Kyiv: FOP Maslakov. (in Ukrainian)
2. Kucheruk H.Yu., Tymoshchuk O.M., Vovk O.M., Melnyk O.V. (2020) *Yakist lohistyzatsii transportnykh posluh: investytsiynyi aspekt: monohrafiia* [Quality of logistics of transport services: investment aspect]. Kyiv: TOV «SIK HRUP UKRAINA». (in Ukrainian).
3. Tulchynska S.O., Shashyna M.V. (2019) Intelktualno-innovatsiina determinanta protsesiv strukturnoi modernizatsii ekonomiky rehionu. [Intellectual and innovative determinant of the processes of structural modernization of the region's economy]. *Black Sea Economic Studies*, vol. 37, pp. 161–164. (in Ukrainian)
4. Berezin O.V. (2007) *Zavdannya ta mekhanizm optymizatsiyi struktury potentsialu pidpryemstva*. [Tasks and mechanism for optimizing the structure of enterprise potential]. *Bulletin of the National University of Water Management and Environmental Sciences. Economy*, vol. 4 (40), pp 20–28. (in Ukrainian)
5. Ihnatieva I.A. (2006) *Metodolohichni osnovy stratehichnoho upravlinnya pidpryemstvom* [Methodological bases of strategic management of the enterprise] (d-ra ekon. nauk Thesis) Kyiv (in Ukrainian)
6. Havva V.N. (2004) *Otsenka potentsyala predpryatyia y otrasly* [Estimation of the potential of the enterprise and branch] . Kharkiv: NAU «Kharkivskyi aviatsiynyy instytut. (in Ukrainian)
7. Krasnokutska N.S. (2010) *Potentsial torhovelnoho pidpryemstva: teoriia ta metodolohiia doslidzhennia* [The potential of a commercial enterprise: theory and research methodology]. Kharkiv: Kharkiv State University of Nutrition and Trade. (in Ukrainian)
8. Butko M.P. (2015) *Modernizatsiya vyrobnychoyi infrastruktury mashyno-budivnykh pidpryemstv* [Modernization of industrial infrastructure at machine building plants]. *Efficient economy*, no. 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3860> 2006. (in Ukrainian)
9. Rera T., Chernyuk L. (2017) *Otentsial modernizatsiyi yak bazys efektyvnoho sotsialno-ekonomichnoho rozvytku krayiny v konturi vidtvoryvalnykh protsesiv* [The potential of modernization as a basis for effective socio-economic development of the country in the contour of reproduction processes]. *Proceedings of Scientific Works of Cherkasy State Technological University Series Economic Sciences*, vol. 44. P. I., pp. 42–49. (in Ukrainian)

УДК 330.341; 338.242

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/162-10>**Вороніна В. Л.**кандидат економічних наук, доцент,
Полтавська державна аграрна академія
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2434-4591>**Зюкова М. М.**кандидат економічних наук, доцент,
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3360-9571>**Артеменко А. Є.**здобувачка,
Полтавська державна аграрна академія**Voronina Victoriia**

Poltava State Agrarian Academy

Ziukova Mariia

National University "Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic"

Artemenko Anhelina

Poltava State Agrarian Academy

ОЦІНКА ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЗАСІБ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ЙОГО РОЗВИТКОМ

Інновації відіграють вирішальну роль у довгостроковій перспективі виживання підприємства, визначенні його успіху, а також підтримці рівня конкурентоспроможності. Актуальність теми дослідження визначається необхідністю у знанні і розумінні теоретичних основ і закономірностей формування, структури, джерел збільшення, методів оцінки і напрямів ефективного використання інноваційного потенціалу. Вільне володіння цими знаннями дасть можливість кожному суб'єкту господарювання об'єктивно оцінювати свої можливості, розробляти нові напрями інноваційної діяльності, сформувати ефективну стратегію інноваційного розвитку, яка є передумовою високої конкурентоспроможності підприємства. У статті здійснено огляд складників інноваційного потенціалу підприємства та аналіз найпоширеніших методичних підходів до оцінки інноваційного потенціалу підприємства з метою ефективного управління його розвитком.

Ключові слова: інноваційний потенціал, конкурентоспроможність, оцінка, підприємство, управління.

ASSESSMENT OF THE INNOVATIVE POTENTIAL OF THE ENTERPRISE AS A MEANS OF EFFECTIVE MANAGEMENT OF ITS DEVELOPMENT

Innovation plays a decisive role in the long-term perspective of an enterprise. The relevance of the research topic is determined by the need for knowledge and understanding of the theoretical foundations and patterns of formation, structure, sources of increase, assessment methods and directions for the effective use of innovative potential. This knowledge will make it possible to evaluate and develop new areas of innovative activity of the enterprise. Also form an effective strategy for the innovative development of the enterprise. This is a prerequisite for its competitiveness. The purpose of the study is to determine the components of the innovative potential of an enterprise and analyze approaches to assessing the innovative potential of an enterprise in order to effectively manage its development. Innovation potential is the main category that reflects the state of the innovation component in the development of any enterprise. The author's approach to defining the components of the innovative potential of an enterprise is presented. The review of the factors influencing the formation and development of innovative potential is carried out. Assessment of innovative potential is a complex task that requires an integrated approach. The purpose of assessing the innovative potential is to obtain complete and objective information about the state of internal subsystems, which is necessary for the successful innovative development of all enterprise subsystems. A review of modern methods for assessing the innovative potential of an enterprise is carried out. There is no consensus on the issues of assessing and predicting the level of innovation potential and the effectiveness of innovation activities of enterprises. When considering the techniques, the general disadvantages inherent in most theories were highlighted. The conclusion is made: when assessing the innovative potential, it is necessary to take into account the innovative capabilities and the current level of innovative activity of the enterprise. The information processing process is the final stage of the analytical work to assess the innovative potential. Information processing techniques and techniques are important elements in conducting an assessment.

Keywords: innovation potential, competitiveness, evaluation, enterprise, management.

JEL classification: M21, O31

Постановка проблеми. Інновації відіграють вирішальну роль у довгостроковій перспективі виживання підприємства, визначенні його успіху, а також підтримці рівня конкурентоспроможності. Актуальність

теми дослідження визначається необхідністю у знанні і розумінні теоретичних основ і закономірностей формування, структури, джерел збільшення, методів оцінки і напрямів ефективного використання іннова-

ційного потенціалу. Вільне володіння цими знаннями дасть можливість кожному суб'єкту господарювання об'єктивно оцінювати свої можливості, розробляти нові напрями інноваційної діяльності, сформувати ефективну стратегію інноваційного розвитку, яка є передумовою високої конкурентоспроможності підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань управління інноваційним потенціалом підприємства присвячені роботи вітчизняних і зарубіжних авторів: С. Володіна, В. Гурочкіної, Я. Москвіна, А. Трофілової, О. Чекамової та інших. Але проблеми управління, оцінки та напрямів ефективного використання інноваційного потенціалу підприємства залишаються малодослідженими.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є огляд складників інноваційного потенціалу підприємства та аналіз найпоширеніших методичних підходів до оцінки інноваційного потенціалу підприємства з метою ефективного управління його розвитком.

Виклад основного матеріалу. Створення надійної бази для ведення успішної інноваційної діяльності, а також обґрунтування вибору стратегії стимулювання інноваційного розвитку неможливі без ефективного управління, проведення оцінки і постійного моніторингу рівня інноваційного потенціалу підприємства.

Інноваційний потенціал – це основна категорія, яка відображає стан інноваційного складника в розвитку будь-якого підприємства [1]. Структуру інноваційного потенціалу підприємства наведено на рис. 1.

У структурі інноваційного потенціалу, на нашу думку, кадровий потенціал є одним із базових компонентів. Від якості кадрового потенціалу безпосередньо залежать не тільки науково-технічні аспекти розвитку, але і якість управління і ведення інноваційної діяльності. Тільки висококваліфіковані кадри здатні розробляти і впроваджувати різні інноваційні програми. У цьому процесі важливу роль відіграють механізми

мотивації праці, особистої зацікавленості співробітників у підвищенні інноваційного потенціалу підприємства.

Організаційний та технічний розвиток – головні умови розвитку підприємства загалом. Підвищення інноваційного потенціалу неможливе без забезпечення стабільності виробничого процесу і зростання продуктивності праці. Також на розглянутий показник впливають розміри підприємства, його структура, розвиненість інфраструктури, ступінь централізації управління.

Відсутність належних фінансово-інвестиційних можливостей підприємства є основним стримуючим фактором розвитку інноваційної діяльності господарюючого суб'єкта, тому для реалізації інноваційних проектів незалежно від їх масштабів вкрай важливо забезпечити надійну базу з цього аспекту.

Наявність маркетингового потенціалу означає необхідність розвитку механізмів управління маркетингом і розроблення відповідного інструментарію для просування інновацій, вдосконалення механізмів управління маркетингом, пошуку і стимулювання каналів збуту.

Екосистема, в якій функціонує підприємство, здатна внести суттєві корективи в напрям інноваційної діяльності підприємства. Зв'язок екології та інновацій виражається в необхідності виключення негативного впливу інноваційної діяльності на екосистему. Виходячи з цього, екологічний фактор часто є стримуючим показником впровадження інновацій, що проявляється в необхідності стежити за підтриманням балансу екосистеми під впливом результатів впровадження інноваційних проектів.

У таблиці 1 представлено авторський підхід до визначення дефініції інноваційного потенціалу підприємства.

На формування і розвиток інноваційного потенціалу впливає безліч внутрішніх факторів: рівень забезпечення захисту інформації на підприємстві; наявність



Рис. 1. Місце інноваційного потенціалу в системі потенціалу підприємства

Джерело: узагальнено автором на основі [2]

Таблиця 1

Трактування внутрішніх компонентів дефініції «інноваційний потенціал підприємства»

Дефініція	Визначення
Науковий потенціал	сукупність можливостей і здібностей ресурсів підприємства, необхідних для вироблення якісно нових наукових ідей і рішення проблем науково-технічного прогресу для здійснення реалізації і впровадження цих ідей
Кадровий потенціал	сукупність здібностей, умінь, навичок, а також соціально-психологічної орієнтації кадрів, які можуть бути використані для створення й управління інноваціями в усіх сферах діяльності конкретного суб'єкта бізнесу і забезпечення його стратегічних переваг
Організаційно-технічний потенціал	сукупність можливостей матеріально-технічної бази виробництва, а також методів організації виробництва й управління, які характеризують здатність організації до ефективного використання інноваційного потенціалу, що дозволяє створювати конкурентні переваги продукції, яка відповідає вимогам міжнародних стандартів якості
Фінансово-інвестиційний потенціал	сукупність можливостей і здібностей фінансових ресурсів підприємства, а також ефективність їх використання, необхідна для досягнення максимально можливого фінансового результату від ведення інноваційної діяльності, а також збільшення капіталоозброєності праці і забезпечення при цьому стійкого економічного доходу
Маркетинговий потенціал	сукупність здібностей підприємства, необхідних для максимізації ефекту від реалізації доступного йому інструментарію маркетингової діяльності та можливостей бізнес-середовища, необхідних для досягнення необхідного рівня інноваційного розвитку фірми
Екологічний потенціал	такий стан екосистеми, за якого забезпечується максимізація ефекту від спрямування коштів на її використання при недопущенні зміни її балансу

Джерело: авторська розробка

комплексної системи управління якістю; співпраця та взаємодія науково-дослідних відділів із науково-технічними установами; стан інфраструктури підприємства [6, с. 48].

Залежність стану інноваційного потенціалу від факторів зовнішнього середовища наведена на рис. 2.

Таким чином, інноваційний потенціал являє собою складну багатогранну економічну підсистему, якісний стан якої залежить від великого числа внутрішніх і зовнішніх чинників, які необхідно враховувати в системі стратегічного менеджменту підприємства.

Оцінка інноваційного потенціалу – це багатогранне завдання, яке вимагає комплексного підходу. Одним із актуальних питань залишається адекватність оцінки рівня розвитку інноваційного потенціалу підприємства на відповідність вимогам ринкового середовища [8, с. 102].

У загальному вигляді мету оцінки інноваційного потенціалу можна сформулювати як отримання найбільш повної й об'єктивної інформації про стан внутрішніх підсистем господарюючого суб'єкта, необхідної для успішного інноваційного розвитку всіх підсистем підприємства.

В економічній науці є широкий набір інструментарію для проведення оціночних процедур. Методи, прийнятні для оцінки інноваційного потенціалу, можна розділити на кількісні і якісні.

Основною метою кількісних методів є отримання підсумкових чисельних показників. До методів такого виду можна віднести статистичні, аналітичні, графічні методи [5, с. 100].

Аналітичні методи базуються на математичних поняттях. Основною перевагою методів цієї групи можна вважати об'єктивність отриманих результатів, їх незалежність від суб'єктивних переконань експертів, які виробляють оцінку. Найчастіше допоміжним інструментом для представлення результатів є графічні моделі.

Статистичні методи ґрунтуються на понятійному апараті науки статистики. Сутність статистичних мето-

дів полягає в тому, щоб за деякою частиною генеральної сукупності (тобто за вибіркою) виносити судження про її властивості загалом [9, с. 220].

Графічні методи включають в себе всі види графічного відображення інформації, тобто наочне уявлення досліджуваних процесів.

До якісних методів, що застосовуються для оцінки інноваційного потенціалу, можна віднести «мозковий штурм», сценарний метод і методи структуризації.

Вважаємо, що при комплексному підході до оцінки досліджуваної суті ці методи повинні взаємно доповнювати один одного, тим самим даючи повне й об'єктивне уявлення про стан аналізованої системи.

Проаналізувавши існуючі методики визначення рівня інноваційного потенціалу, ми виділили два принципово різних підходи: структурний і результативний.

У межах першого з них інноваційний потенціал розглядається як система, що складається з певних структур. Такий підхід дозволяє враховувати продуктивність ресурсів.

Другий підхід базується на оцінці параметрів ефективності інноваційного потенціалу, тобто на аналізі результатів його реалізації. Він дає можливість дати об'єктивну оцінку ефективності виробництва інновацій.

До теорій першого підходу можна віднести методику Г. Маслової, який розглядає інноваційний потенціал як сукупність наукового потенціалу, потенціалу науково-технічних розробок і сприйнятливості нововведень. Оцінка рівня інноваційного результату проводиться за декілька етапів. За кожною складовою частиною відбувається вибір і аналіз приватних показників на основі застосування аналітико-логічних і порівняльних методів. Далі здійснюється вибір показників для узагальненої оцінки рівня інноваційного потенціалу. Інтегральний показник розраховується як сума трьох узагальнених показників за виділеними структурними компонентами інноваційного потенціалу з використанням методу «Делфі» [3, с. 77].

О. Московін пропонує виділяти в складі інноваційного потенціалу п'ять складників: кадровий, техніко-тех-

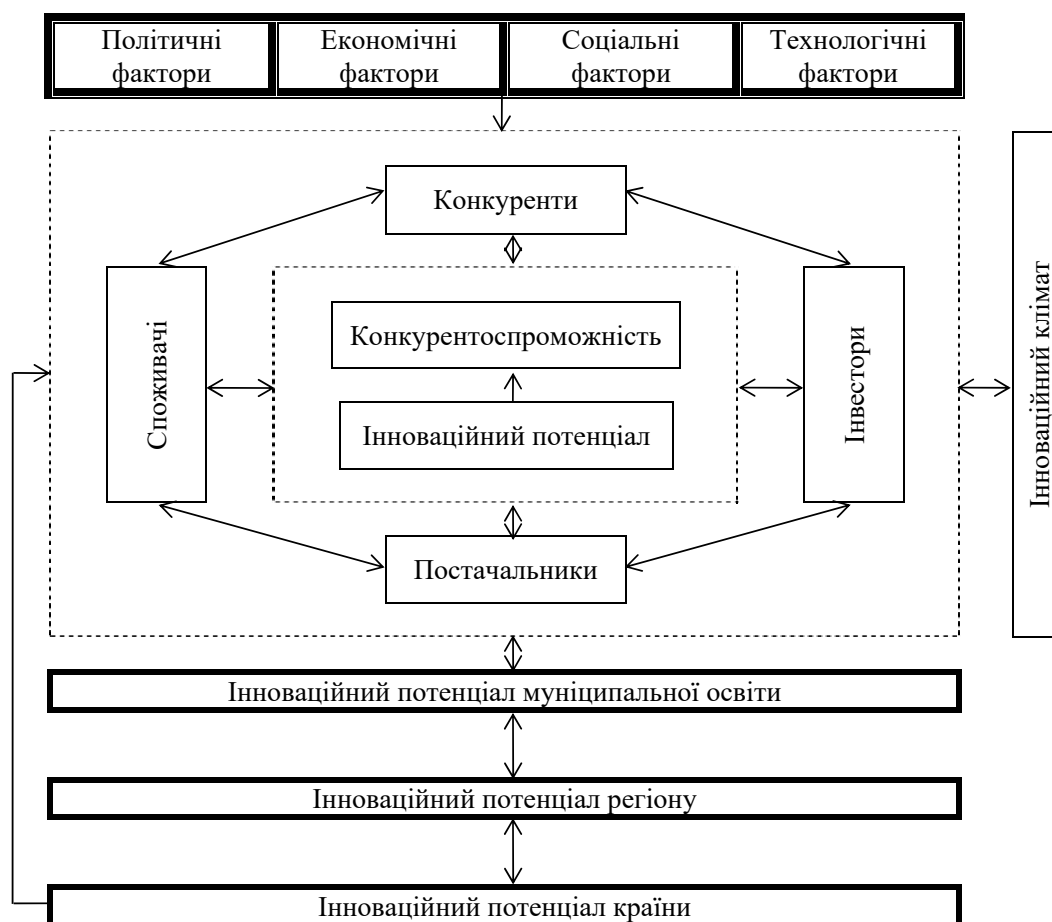


Рис. 2. Вплив факторів зовнішнього середовища на інноваційний потенціал підприємства

Джерело: авторська розробка

нологічний, фінансовий, науковий та результативний. Для проведення оцінки інноваційного потенціалу автором використовується підхід, що дозволяє агрегувати окремі характеристики потенціалу та відображати їх графічно у вигляді сукупності координат єдиної шкали [4].

О. Іванова на першому етапі оцінки інноваційного потенціалу пропонує проведення оцінки структурних складників інноваційного потенціалу підприємства на основі коефіцієнтного аналізу. Відповідно до цієї теорії, в складі інноваційного потенціалу виділяються науковий, технічний, фінансовий, інтелектуальний, інформаційний потенціали.

Прихильники іншого підходу [7, с. 84] для оцінки інноваційного потенціалу пропонують методика, що базується на його вартісному вимірі, тобто відносять витратний підхід до цієї проблеми. В основі їхньої методики лежить поняття інноваційного резерву, під яким розуміється різниця між потенціалом і можливостями підприємства. Взявши за основу твердження про те, що в структурі інноваційного потенціалу слід виділяти кадровий, виробничий, інвестиційний компоненти, дослідники формують його визначення за формулою (1):

$$ІП = КП + ВП + ІІП, \quad (1)$$

де КП, ВП, ІІП – кадровий, виробничий, інвестиційний потенціали відповідно.

У цій теорії суттєву роль відіграє розрахунок коефіцієнта ефективності функціонування інвестиційного

потенціалу, що являє собою відношення реального рівня до максимально можливого рівня інноваційного потенціалу та прагне до 1. Іншими словами, за основу взята думка про те, що в ідеалі кожен з інноваційних проєктів повинен бути успішно впроваджений і прагне досягти кінцевої мети [4].

А. Трофілова пропонує проводити оцінку інноваційного потенціалу, спираючись на розгляд рівня фінансової стійкості підприємства. Методика базується на аналізі можливостей підприємства забезпечити процес виробництва. Для визначення рівня інноваційного потенціалу в цій теорії використовується тривимірний (трикомпонентний) показник:

$$S = \{S_1(x_1); S_2(x_2); S_3(x_3)\}, \quad (2)$$

де x_1, x_2, x_3 – відповідно надлишок або нестача власних оборотних коштів; власних оборотних коштів для формування запасів і витрат; загальної величини основних джерел формування витрат [5, с. 112].

Експрес-методика оцінки інноваційного потенціалу, розроблена Д. Белоусовим, пов'язана з оцінкою домінуючих ресурсних компонент, у складі яких виділяється техніко-технологічний трудовий ресурс. Ступінь готовності ресурсів до виробничої діяльності характеризується рівнем розвитку виробничого та інноваційного потенціалів виробничої діяльності організації. Виробничий і інноваційний потенціали діяльності підприємства мають однаковий склад ресурсів, відрізняються якісними параме-

трами. Основу методики становить ідея використання шкали Харрінгтона, що дає можливість співвіднести різні параметри в нормованому діапазоні від 0,20 до 1,00. Інтегральний показник рівня інноваційного потенціалу розраховується автором як сума техніко-технологічного, кадрового та виробничого ресурсів [8, с. 109].

О. Хмизова., О. Сисан пропонують проводити аналіз інноваційної діяльності підприємства за таким алгоритмом:

1. На першому етапі визначаються цілі та завдання інноваційного аналізу.

2. Далі відбувається оцінка ресурсного потенціалу, фінансового стану та структури джерел фінансування капіталу, а також ступінь готовності підприємства до інновацій.

3. За підсумками проведеної оцінки виявляються внутрішні резерви підвищення рівня інноваційного потенціалу, а також розробляються напрями здійснення інноваційної діяльності.

4. На подальших етапах проводиться розрахунок і оцінка показників ефективності інноваційних проектів і здійснення інвестицій [7, с. 88].

Під час розгляду методик, описаних вище, нами були виділені загальні недоліки, що властиві більшості теорій:

– для проведення експертного аналізу на різних етапах оцінки залучаються або співробітники підприємства, які знаються на цьому питанні, або ж експерти сторонніх організацій. Однак якщо в першому випадку великий ризик суб'єктивного підходу, то в другому – недостатня поінформованість усіма специфічними процесами й особливостями підприємства;

– деякі з показників, пропонує у методиках, на практиці застосовувати проблематично, а в деяких випадках практично неможливо розрахувати з високим ступенем точності і достовірності, що ставить під сумнів результативність всієї проведеної роботи;

– складнощі з визначенням нормативної бази для порівняння отриманих результатів з еталонними;

Пропоновані інструментарії оцінки іноді практично неможливо реалізувати силами спеціалістів підприємства, що вимагає залучення фахівців, які володіють навичками роботи з методикою.

Отже, слід зазначити, що нині у вітчизняній і зарубіжній економічній науці немає єдиної думки щодо питань оцінки і прогнозування рівня інноваційного потенціалу та ефективності інноваційної діяльності підприємств. Недостатній рівень теоретичних, методологічних і методичних розробок у цьому напрямі є стримуючим фактором розвитку інноваційної діяльності підприємства.

Висновки. У результаті аналізу існуючих методик оцінки інноваційного потенціалу нами було зроблено висновок про те, що, оцінюючи інноваційний потенціал, необхідно брати до уваги інноваційні можливості та поточний рівень інноваційної діяльності підприємства. Проведення оцінки інноваційного потенціалу повинно базуватися на таких постулатах:

1. Універсальність методики для підприємств різних галузей, організаційно-правових форм і розмірів.

2. Достовірність та об'єктивність використовуваних даних, тобто застосування лише неупередженої інформації, що має на увазі уявлення показників незалежно від суб'єкта проведення оцінки.

3. Наявність безпосередніх численних оцінок за всіма досліджуваними показниками.

4. Наявність еталона для порівняння, що дозволить чітко інтерпретувати отримані значення.

5. Побудова оцінки інтегрального показника з урахуванням ієрархічної структури інноваційного потенціалу.

Процес обробки інформації – ключовий етап аналітичної роботи з оцінки інноваційного потенціалу, тому методи і технічні прийоми обробки інформації є важливими елементами проведення оцінки.

Список використаних джерел:

1. Володін С.А., Чекамова О.І. Теоретичні засади формування і реалізації інноваційного потенціалу в розвитку економіки. *Економіка АПК*. 2017. № 5. С. 65–72. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/E_apk_2017_5_12 (дата звернення: 10.11.2020).
2. Маркіна І.А., Більовська О.О., Ганженко Д.О. Методологічні засади потенціалу підприємства та його структуризація. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. Серія: Економічні науки*. Чернівці : ПБKF «Технодрук». 2017. Вип. 4 (68). С. 108–119.
3. Маркіна І.А., Вороніна В.Л., Хорошко Д.Р. Управління інноваційним потенціалом як фактор стратегічного розвитку та конкурентних переваг підприємства. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2020. № 3 (26). С. 76–81.
4. Москвін Я.А. Инновационная экономика и появление новых форм морального износа основного капитала. *Модернизация. Инновации. Развитие*. 2013. № 4. URL: https://www.mir-nayka.com/jour/article/view/201?locale=ru_RU# (дата звернення: 05.12.2020).
5. Трофілова А.А. Оцінка ефективності інноваційного розвитку підприємства. Москва : Фінанси і статистика, 2005. 340 с.
6. Федулова Л.І., Колош М.О. Інноваційний потенціал підприємства як фактор забезпечення результативності реструктуризації. *Наукові праці МАУП*. 2007. Вип. 3. С. 48–52.
7. Хмизова О.В., Сисан О.М. Напрями розвитку інноваційного потенціалу підприємства. *Наукові праці. Економіка*. 2016. № 273. С. 83–88.
8. Хобта В.М., Комар Г.О. Оцінка інноваційного потенціалу підприємства. *Економіка промисловості*. 2009. № 1. С. 102–110.
9. Шилова О.Ю., Чермошенцева Є.С. Інноваційний потенціал підприємства: сутність і механізм управління. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 1. С. 220–227.

References:

1. Volodin S.A., Chekamova O.I. (2017) Teoretychni zasady formuvannya i realizatsii innovatsiinoho potentsialu v rozvytku ekonomiky [Theoretical bases of formation and realization of innovative potential in development economy]. *Ekonomika APK*, no. 5, pp. 65–72. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/E_apk_2017_5_12 (accessed 10 November 2020).

2. Markina I.A., Bilovska O.O., Hanzhenko D.O. (2017) Metodolohichni zasady potentsialu pidpriemstva ta yoho strukturyzatsiia ekonomiky [Methodological principles of enterprise potential and its structuring]. *Visnyk Chernivetskoho torhovelno-ekonomichnoho instytutu KNTEU. Seriya: Ekonomichni nauky*, vol. 4 (68), pp. 108–119.
3. Markina I.A., Voronina V.L., Khoroshko D.R. (2020) Upravlinnia innovatsiinym potentsialom yak faktor stratehichnoho rozvytku ta konkurentnykh perevah pidpriemstva [Management of innovation potential as a factor of strategic development and competitive advantages of the enterprise]. *Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia*, no. 3 (26), pp. 76–81.
4. Moskvina Ya.A. (2013) Innovatsionnaya ekonomika i poyavlenie novykh form moral'nogo iznosa osnovnogo kapitala [An innovative economy and the emergence of new forms of obsolescence of fixed capital]. *Modernizatsiya. Innovatsii. Razvitie*, no. 4. Available at: https://www.mir-nayka.com/jour/article/view/201?locale=ru_RU# (accessed 05 December 2020).
5. Trofilova A.A. (2005) *Otsinka efektyvnosti innovatsiinoho rozvytku pidpriemstva* [Evaluation of the effectiveness of innovative development of the enterprise]. Moscow: Finansy i statystyka. (in Ukrainian)
6. Fedulova L.I., Kolosh M.O. (2007) Innovatsiinyi potentsial pidpriemstva yak faktor zabezpechennia rezultatyvnosti restrukturyzatsii [Innovative potential of the enterprise as a factor in ensuring the effectiveness of restructuring]. *Naukovi pratsi MAUP*, no. 3, pp. 48–52.
7. Khmyzova O.V., Cysan O.M. (2016) Napriamy rozvytku innovatsiinoho potentsialu pidpriemstva [Directions of development of innovative potential of the enterprise]. *Naukovi pratsi. Ekonomika*, no. 273, pp. 83–88.
8. Khobta V.M., Komar H.O. (2009) Otsinka innovatsiinoho potentsialu pidpriemstva [Assessment of the innovative potential of the enterprise]. *Ekonomika promyslovosti*, no. 1, pp. 102–110.
9. Shylova O.Yu., Chermoshentseva Ye.S. (2012) Innovatsiinyi potentsial pidpriemstva: sutnist i mekhanizm upravlinnia [Innovative potential of the enterprise: essence and management mechanism]. *Marketynh i menedzhment innovatsii*, no. 1, pp. 220–227.

УДК 338.24:338.4:330.341

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/162-11>**Горященко Ю. Г.**кандидат економічних наук, доцент,
Університет митної справи та фінансів
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7020-1412>**Horiashchenko Yuliia**

University of Customs and Finance

ІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ІННОВАЦІЙНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ УКРАЇНИ

У статті розглядаються проблеми й умови просування інновацій в інноваційній діяльності промислових підприємств в умовах євроінтеграції. Дослідницькими завданнями є аналіз сучасного стану інноваційного розвитку українських промислових підприємств та ідентифікація конкретних інноваційних стратегій з актуальними прикладами на внутрішньому і зарубіжних ринках. Описано альтернативи інноваційних стратегій для підприємств з актуальними прикладами конкретних підприємств і використанням маркетингових інструментів. Для вирішення проблем просування інноваційної продукції в Україні обґрунтовано і запропоновано спеціальний алгоритм, що включає проведення моніторингу державних витрат на дослідження і розробки, встановлення зворотного зв'язку державного сектору досліджень із промисловістю, вирішення проблем інтелектуальної власності і податкового стимулювання досліджень, вирішення гострих проблем підготовки дослідницьких кадрів за допомогою створення регіональних і державних університетських асоціацій, виявлення пріоритетних напрямів, таких як підтримка екоінновацій, сприяння розвитку чистих технологій, створення центрів компетенції при промислових структурах, інтеграція промислового підприємництва в європейський науковий простір.

Ключові слова: інновації, інтеграція, інноваційна стратегія підприємства, інноваційне підприємництво, промисло-ві структури, моніторинг, екоінновації.

INTEGRATION PROCESSES IN INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP OF UKRAINE

The article considers the problems and conditions of promotion of innovations in the innovative activity of industrial enterprises in the conditions of European integration. Research objectives are the analysis of the current state of innovative development of Ukrainian industrial enterprises and the identification of specific innovation strategies with relevant examples in domestic and foreign markets. Alternatives of innovation strategies for enterprises with relevant examples of specific enterprises and the use of marketing tools are described. The main research methods are used: general scientific – analysis of state and regional statistics, market surveys and forecasts, generalizations, analogy, data synthesis, hypothetical method and special – media monitoring, benchmarking. To solve the problems of promoting innovative products in Ukraine, a special algorithm is substantiated and proposed, which includes monitoring public spending on research and development, establishing feedback from the public sector research to industry, solving intellectual property problems and tax incentives, solving acute research problems, personnel through the creation of regional and state university associations, identification of priority areas such as support for eco-innovation, promotion of clean technologies, creation of centers of competence in industrial structures, integration of industrial entrepreneurship into the European Research Area. It was summarized that for the formation of the innovative policy of industrial enterprises, it is recommended to use a marketing approach, which provides for the preliminary formation and design of a new product based on the results of modern marketing research in order to promote innovative products to regional and foreign markets. It was emphasized that the promotion of innovative products is one of the most important areas of activity of industrial enterprises and a very important indicator of the state of the country's economy as a whole.

Keywords: innovations, integration, innovative strategy of enterprise, innovative entrepreneurship, industrial structures, monitoring, eco-innovations.

JEL Classification: M21, O32

Постановка проблеми. Український промисловий комплекс має унікальну можливість стати гармонійно високотехнологічним і висококонкурентним. Проте він стикається з низкою обмежень у використанні стандартних маркетингових підходів під час реалізації промислової продукції, передусім інноваційної. Серед основних перешкод – специфічне призначення товарної продукції інноваційних підприємств, великі ризики, пов'язані із закупівлею, технічна складність товарів. Але існують й інші перешкоди: повна невідповідність сучасного інституційного складу українського промислового комплексу світовим викликам конкуренції і глобалізації (незначна кількість потужних національних і

транснаціональних компаній, промислово-фінансових груп, науково-технічних центрів, технологічних інкубаторів, венчурних фірм і кластерів). Істотним недоліком функціонування транснаціональних корпорацій у країні є неспроможність утримувати конкурентне положення українських підприємств і нехтування вдосконаленням маркетингових інструментів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми управління інноваційним розвитком промислових підприємств, зокрема просування інноваційної продукції, досліджувалися багатьма вченими, зокрема А. Князевичем, В. Гецеєм, Л. Лукічевою, В. Герасимчуком, О. Ковтуном, В. Борисовим, Л. Федуловою,

Л.Г. Кудіновим та ін. [1–17]. Інноваційна активність промислових підприємств України не є перманентним явищем, а зміни, викликані фінансово-економічними, політичними кризами, вимагають подальших досліджень у цьому напрямі.

Основними методами дослідження у статті є загальнонаукові (аналіз державних і регіональних статистичних даних, кон'юнктурні огляди і прогнози, узагальнення, аналогія, синтез даних, гіпотетичний метод) і спеціальні (моніторинг засобів масової інформації, бенчмаркінг).

Мета статті полягає у теоретико-аналітичному обґрунтуванні та виробленні пропозицій щодо налагодження інтеграційних процесів в інноваційній екосистемі України.

Дослідницькими завданнями є аналіз сучасного стану інноваційного розвитку промислових підприємств та ідентифікація конкретних інноваційних стратегій з актуальними прикладами на українському і зарубіжних ринках.

Виклад основного матеріалу. Умовою активної участі України у світових інтеграційних процесах є інноваційна модель розвитку економіки країни.

Спираючись на статистику впровадження інновацій на українських підприємствах, можна оцінити їх інноваційний розвиток. Динаміку впровадження і реалізації інновацій промисловими підприємствами за період 2010–2019 рр. представлено на рис. 1, 2.

Частка підприємств, які впроваджували інновації протягом аналізованого періоду, є незначною, максимальне її значення – 16,6% від загальної кількості підприємств – спостерігалось у 2016 р. У цілому починаючи з 2010 р. простежується нестійка тенденція до зростання інноваційної активності. Однак у 2014 р. питома вага підприємств, які впроваджували інновації, скоротилася на 1,5% порівняно з 2013 р. Скоріше за все, падіння було зумовлено фінансово-економічною кризою, значним рівнем інфляції, політичними чинниками. Після складного періоду в 2015 і 2016 рр. спостерігається значний стрибок інноваційної активності підприємств порівняно з 2014 р. – на 3,1%, і сам цей результат є піковим за весь аналізований період.

У структурі витрат на інновації промислових підприємств України за напрямками інноваційної діяльності

за весь період 2010–2019 рр. традиційно переважають придбання машин, обладнання та програмного забезпечення (у 2019 р. – 71,6%), а також дослідження і розробки (20,5%), незначну частку становить придбання зовнішніх знань (об'єктів права інтелектуальної власності) та інші витрати [7]. Особливістю інноваційної діяльності є те, що впроваджені машини й обладнання поступово нарощують інноваційний потенціал та існує часовий проміжок (лаг) між вкладеннями в інновації та їх віддачею у вигляді комерціалізації. Поступово впроваджуються придбані технології і знання, частина з яких акумулюється у вигляді нематеріальних активів. Це безпосередньо пов'язано з реалізацією (комерціалізацією) інноваційної продукції і частково пояснює рис. 2, що демонструє скорочення питомої ваги реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової. Протягом 2010–2013 рр. питома вага коливалася на рівні 3,3–3,8%, проте вже у 2014 р. знизилася до 2,5%, а в 2015 р. ще на 1,8% порівняно з минулим роком. Найнижчу частку реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової за останні 10 років – 0,5% – спостерігаємо у 2016 р.

Показник упровадження нових технологічних процесів має загальну тенденцію до скорочення, однак його пікове значення спостерігалось у 2016 р. – 3 489 процесів, але в 2017 р. кількість процесів знову скоротилася – до 1 838.

Однією з найбільш глобальних проблем у контексті інноваційного розвитку в Україні є недостатнє розуміння сутності інновацій на законодавчому рівні. Незважаючи на десятки чинних законодавчих актів, нормативно-правових урядових актів, понад 100 відомчих документів, що регламентують інноваційну діяльність в Україні, ефективність законодавчих та нормативно-правових актів залишається низькою [14, с. 68]. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 05.12.2012 № 40-IV (ст. 266) трактує поняття «інновація» досить вузько: «Інновації – новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, які істотно поліпшують структуру й якість виробництва і (або) соціальної сфери» [8]. У кращому разі, інновація розу-

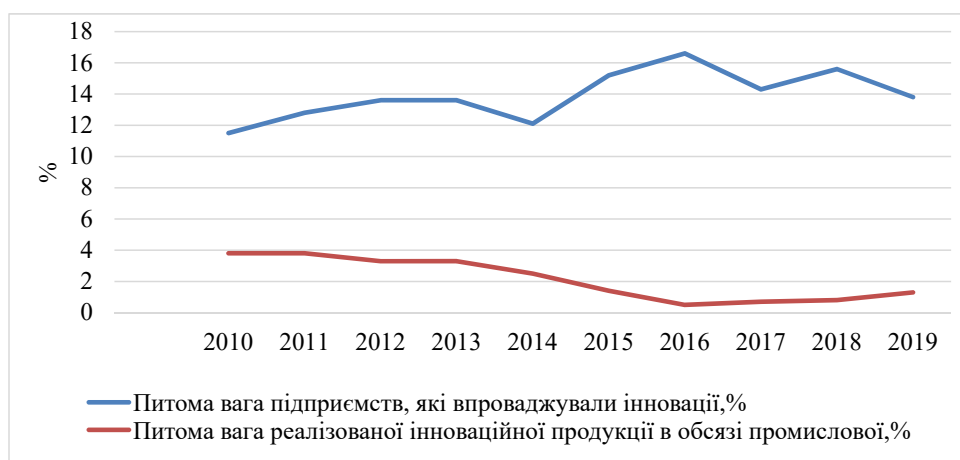


Рис. 1. Динаміка впровадження та реалізації інновацій на промислових підприємствах України

Джерело: складено за [7]

міється як позитивний результат інноваційної діяльності, у гіршому – як гонитва індивідуальних фізичних осіб або вузьких груп людей за надприбутками і дістається першому, кому вдалося здійснити технологічне нововведення. Цей факт частково пояснює низький рівень показника загальної початкової стадії підприємницької активності, у тому числі стартапів. Тому так важливо дійсно перейти до сучасної інноваційної моделі розвитку. У Європі, наприклад, першими кроками до її становлення була інтеграція європейських країн та їх спільна участь в американській програмі «план Маршалла», Європейському співтоваристві вугілля і сталі (1951 р.), підписанні Маастрихтського договору (1992 р.), уведенні євро як загальноєвропейської валюти (1999–2007 рр.), розробленні «Зеленої книги з інновацій» (1995 р.), формуванні Європейського дослідницького простору (2000 р.). Вже з 1984 р. в Європі почали працювати рамкові програми з розвитку наукових досліджень і технологій, які фінансово підтримують середньо- і довгострокові ініціативні наукові проекти (рис. 3).

Із початку 2000-х років головною тезою для країн ЄС у галузі інноваційного розвитку стало те, що «у науковій сфері чимало прихованих резервів можна

вилучити шляхом формування, додатково до національних систем організації науки, наднаціональної системи» [13]. До результатів такої інтеграції можна віднести функціонування провідних європейських наукових центрів: Європейського центру ядерних досліджень, CERN (проект – Великий адронний колайдер), Європейської південної обсерваторії, Інституту Лауе-Лангевена (нейтронний реактор), Європейського космічного агентства, Європейської лабораторії молекулярної біології, Європейського центру синхротронного випромінювання. Отже, для України існує єдиний шлях інноваційного розвитку – інтеграція в ЄС, а для промислових підприємств – в Європейський науковий простір, приєднання до Лісабонської стратегії. Розглядаючи вже сформовані промислові кластери в Європі, знаходимо дуже зручне розташування їх для українських підприємств: за спеціалізацією «аерокосмічна промисловість» – Південно-Східна Польща; «виробництво інструментів» – Словенія, «автомобільна промисловість» – Словаччина.

Головними кроками на шляху до заявленої вище мети повинні бути чітко побудовані алгоритми застосування різних методик щодо вдосконалення інноваційного розвитку підприємств. Зокрема:

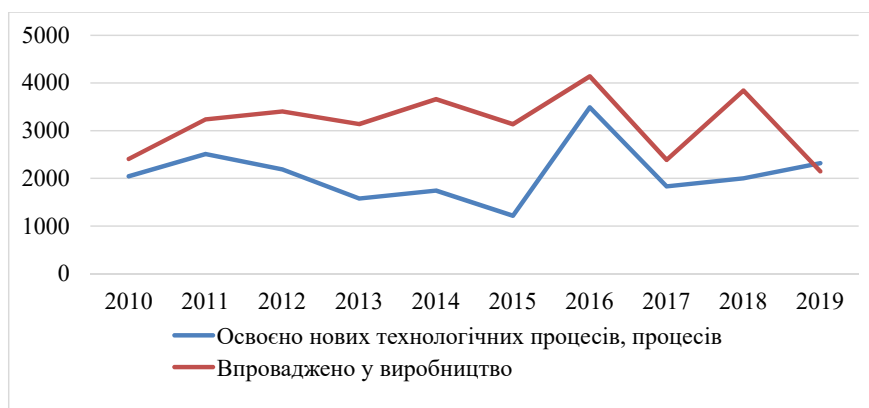


Рис. 2. Динаміка впровадження нових технологічних процесів та інноваційних видів продукції на промислових підприємствах України

Джерело: складено за [7]

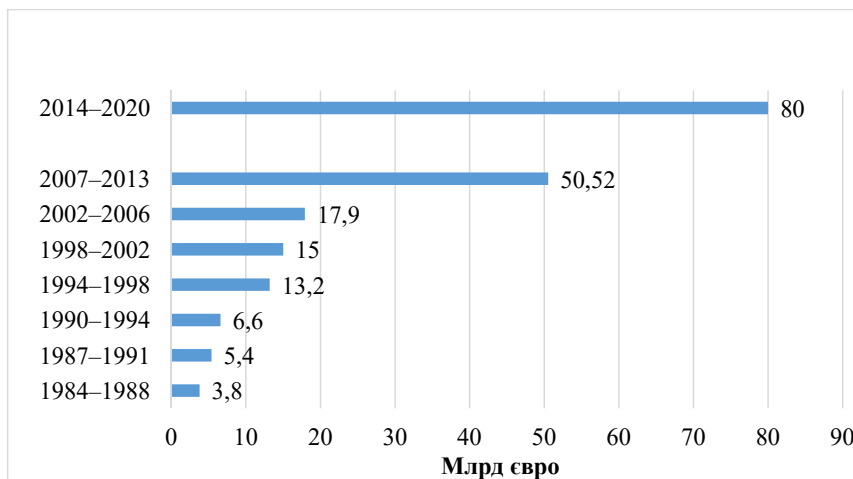


Рис. 3. Рамкові програми Європейського Союзу (1984–2020 рр.)

Джерело: складено за [16]

1. Необхідно провести моніторинг державних витрат на дослідження і розробки.

2. Установити зворотний зв'язок державного сектору досліджень із промисловістю та університетами за допомогою маркетингових досліджень.

3. Знайти шляхи вирішення проблем інтелектуальної власності та податкового стимулювання досліджень.

4. Прийняти рішення з проблем підготовки дослідницьких кадрів. Зокрема, необхідно створювати регіональні, державні і міжнародні університетські асоціації.

5. Виявити пріоритетні напрями: підтримка екоінновацій, сприяння розвитку чистих технологій і т. п.

6. Створити центри компетенції при промислових структурах.

На нашу думку, важливо уточнити способи застосування інноваційних стратегій у діяльності промислових підприємств. Спираючись на наукові праці Л.Г. Кудінова, можна розділити інноваційні стратегії підприємства на дві групи [15]:

- стратегії проведення НДДКР;

- стратегії впровадження та адаптації нововведень.

Перші охоплюють активні НДДКР, які зорієнтовані на маркетинг, стратегії злиття і придбання. До цієї групи відносять:

- ліцензійну стратегію (на жаль, в українській економіці підприємств, що використовують дану інноваційну стратегію, мало, передусім це підприємства ІТ, аерокосмічної галузі («Південмаш», «Антонов»), поодинокі підприємства металургійного комплексу, ФПГ (ІК «EastOne» (Interpipe Group), Група «Приват», SCM Group). На світових ринках ліцензійна стратегія широко використовується в автомобілебудуванні, ІТ-сфері, під час виробництва програмного забезпечення, ноутбуків, мобільних телефонів);

- стратегію дослідного лідерства (ця стратегія вимагає постійних інвестицій у нові НДДКР, що для багатьох українських підприємств є неможливим);

- стратегію паралельного розроблення, яка передбачає придбання технологічної ліцензії на готовий продукт або процес;

- стратегію проходження життєвого циклу, за якої НДДКР прив'язані до циклів життя продуктів, що випускаються, і процесів;

- стратегію випереджаючої наукоємності (у разі прагнення підприємств підвищити наукоємність продукції вище середнього рівня по галузі).

Другі належать до системи оновлення виробництва, виведення продуктів на ринки, використання технологічних переваг. До цієї групи відносять:

- стратегію підтримки продуктового ряду (прагнення підприємства поліпшувати споживчі властивості традиційних товарів, які не схильні до стрімкого морального старіння);

- стратегію ретро-нововведень (на українських ринках дуже мало підприємств, які використовують цю стратегію. Водночас вона надзвичайно придатна і доцільна до застосування на наших підприємствах машинобудівного комплексу (наприклад, «Турбоатом»), автомобілебудівної галузі (автобуси, тролейбуси, легкові і вантажні автомобілі);

- стратегію збереження технологічних позицій (в Україні цю стратегію використовують підприємства

металургії, вугільної промисловості, монополісти типу групи «Нафтогаз», «Укрзалізниця»);

- стратегію продуктової і процесної імітації (на українському ринку подібну стратегію реалізують підприємства харчової та легкої промисловості, агро-сектор, виробники фармацевтичної продукції, побутової техніки. За великим рахунком, цю стратегію використовують підприємства, що випускають продуктивні інновації).

Рідше використовують стратегії стадійного подолання (перехід до вищих стадій технологічного розвитку, минаючи нижчі), технологічного трансферту, технологічної пов'язаності, проходження за ринком (випуск найбільш рентабельної продукції, яка користується ринковим попитом у даний момент часу), вертикального запозичення (характерна для малих підприємств у складі великих вертикально інтегрованих структур), радикального випередження (відображає дії підприємства і його прагнення вийти першим на ринок із радикально новим продуктом (або виробляти його новим способом), вичікування лідера (приймається великими фірмами-лідерами в періоди виходу на ринок нових продуктів, попит на які ще не визначений) [10].

Сьогодні кількість підприємств у світі, які намагаються перетворити інновації на системний організаційний процес, неухильно зростає. Керівництво цих підприємств переглянуло кожен етап процесу реалізації нових ідей і забезпечило швидку інвестиційну віддачу, прискоривши тим самим зростання прибутку і зробивши цю тенденцію стійкою. Авангардом підприємств, які вводять інновації, є: Apple, Google, Toyota Motor Corporation, Microsoft Corporation [11, с. 21]. Якщо українські підприємства будуть більш активно долучатися до інноваційного процесу, якісно вибирати інноваційні стратегії, то вже найближчим часом ми зможемо гідно конкурувати зі світовими корпораціями.

Вибір тієї чи іншої інноваційної стратегії та побудова на її основі інноваційної політики залежать від використання технологій, методів та інструментів маркетингу протягом усього процесу формування інноваційної політики підприємства [12].

Виходячи з того, що головним пріоритетом інноваційного розвитку для України є інтеграція в ЄС (європейський науковий простір), комплекс маркетингу інновацій повинен включати:

1. Створення (коригування) місії, цілей, завдань; аналіз внутрішнього середовища (дослідження сильних і слабких сторін підприємства, а також його можливостей та ймовірних загроз із боку ринку та учасників ринкових відносин за допомогою SNW- і SWOT-аналізу).

2. Дослідження потенційних можливостей підприємства під час роботи на зовнішньому ринку за допомогою PEST-, SPACE-, PIMS- та GAP-аналізу; вивчення нормативно-правової бази.

3. Вивчення попиту і пропозиції на інновації.

4. Оцінка діяльності підприємств-конкурентів на ринку.

5. Визначення найбільш ефективного способу проникнення на зовнішній ринок. Стратегічне планування. Розроблення інноваційної стратегії.

Значення інструментів і методів маркетингу у формуванні інноваційної політики промислового підприємства розглядається у двох аспектах [12]:

1) за допомогою маркетингового підходу – здійснюється попереднє формування і проектування нового продукту на основі результатів маркетингового дослідження;

2) за допомогою технічного підходу – реалізація інноваційної ідеї здійснюється на основі технічних розрахунків і проектування і передбачає проведення заходів із пошуку потенційних споживачів інноваційного продукту. Схематично цей підхід може бути представлений так:

НДДКР → Виробництво → Маркетинг → Реалізація.

З урахуванням необхідності техніко-технологічного оновлення та диверсифікації виробництва більшості промислових підприємств слід запропонувати маркетингові дослідження як найважливіший маркетинговий інструмент, здатний активізувати роботу у сфері маркетингової діяльності інноваційної продукції.

Процес маркетингового дослідження промислових підприємств з урахуванням високотехнологічності продукції повинен включати:

- постановку мети і завдань маркетингового дослідження у процесі інтеграції;

- планування програми досліджень і визначення витрат на проведення маркетингового дослідження. Тут важливо зауважити, що витрати промислових підприємств (як правило, великих) на дослідження будуть значно нижче витрат середніх і малих підприємств, оскільки, по-перше, реклама використовується виключно у спеціалізованих виданнях, тоді як дорога телевізійна реклама не використовується взагалі. По-друге, промислові підприємства, як правило, не влаштовують акцій, тимчасового встановлення знижок, тому на стимулювання збуту не витрачають великих коштів;

- реалізація дослідження. Складністю на даному етапі є те, що кількість покупців високотехнологічної продукції, як правило, обмежена, тому значно більше індивідуальної роботи з кожним із потенційних імпортерів;

- контроль і аналіз результатів, а також підготовка аналітичного звіту. Як показує практика, успішність маркетингу високотехнологічної промислової продукції на ринку значною мірою залежить від сприйманих замовником ризиків майбутньої угоди (політичного, фінансового, психологічного, функціонального тощо).

Другим важливим інструментом маркетингу інновацій промислових підприємств є цінова політика (використання системи знижок, зміна цінової стратегії, застосування нових методів установлення вихідних цін тощо).

Наступний маркетинговий інструмент – розподільна політика щодо поставок нового товару від місця його виготовлення до одержувача (маркетингова логістика, аналіз каналів збуту, політика торгівлі, у тому числі діджитал-маркетинг, політика розміщення продуктивних сил, політика засобів збуту і місцезнаходження споживачів та ринків промислової продукції, політика складування готової продукції, політика поставок).

Важливим маркетинговим інструментом також є комунікаційна політика, метою якої є створення попиту на нову продукцію і позиціонування нових товарів і підприємства на ринку (реклама, особистий продаж, стимулювання збуту). Серед засобів, найбільш

доцільних для реклами високотехнологічної промислової продукції, можна назвати рекламні проспекти, спеціалізовані журнали, каталоги, виставкову діяльність, Інтернет-рекламу.

Висновки. Підводячи підсумки, слід зазначити, що просування інноваційної продукції є одним із найважливіших напрямів діяльності промислових підприємств і досить важливим показником стану економіки країни у цілому. Водночас в Україні максимальне значення показника питомої ваги підприємств, які впроваджували інновації протягом 2010–2019 рр., становить лише 16,6%. Неймовірними темпами скорочується частка реалізованої інноваційної продукції у структурі промислової. Протягом 2010–2013 рр. вона коливалася на рівні 3,3–3,8%, але вже у 2014 р. знизилася до 2,5%, а в 2015 р. ще на 1,8%, що має насторожити уряд і бізнес-еліту й може свідчити про неефективність упровадження інновацій у країні. Підтвердженням цього є використання малоефективних стратегій розвитку провідних промислових підприємств. Українські підприємства широко використовують такі інноваційні стратегії: ретро-нововведень, збереження технологічних позицій, продуктової та процесної імітації, значно рідше – ліцензійну стратегію і тактику паралельного розроблення. Через потреби великих фінансових вкладень практично не використовується стратегія дослідного лідерства, яка націлена на досягнення довготривалого перебування підприємства на передових позиціях у сфері НДДКР.

Під час формування інноваційної політики промислових підприємств рекомендується використовувати маркетинговий підхід – попереднє формування і проектування нового продукту на основі результатів сучасного маркетингового дослідження з метою просування інноваційної продукції на регіональні та закордонні ринки, оскільки, на нашу думку, єдино вірним шляхом інноваційного розвитку для України є інтеграція в ЄС, а для промислових підприємств – у європейський науковий простір (приєднання до Лісабонської стратегії). Розглядаючи вже сформовані промислові кластери в Європі, знаходимо дуже зручне географічне розташування їх для українських підприємств: за спеціалізацією «аерокосмічна промисловість» – Південно-Східна Польща, «виробництво інструментів» – Словенія, «автомобільна промисловість» – Словаччина.

Для вирішення проблем просування інноваційної продукції в Україні запропоновано такий алгоритм:

1. Проведення моніторингу державних витрат на дослідження і розробки.

2. Установлення зворотного зв'язку державного сектору досліджень з промисловістю та університетами.

3. Вирішення проблем інтелектуальної власності та податкового стимулювання досліджень.

4. Вирішення гострих проблем підготовки дослідницьких кадрів за допомогою створення регіональних і державних університетських асоціацій.

5. Виявлення пріоритетних напрямів, таких як підтримка екоінновацій, сприяння розвитку чистих технологій.

6. Створення центрів компетенції при промислових структурах.

7. Інтеграція промислових підприємств України в європейський науковий простір.

Список використаних джерел:

1. Князевич А.О. Ринок інновацій у складі інноваційної інфраструктури країни. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2015. № 3. С. 129–139.
2. Лукічева Л.И. Управление интеллектуальным капиталом : учебное пособие. Москва, 2009. 551 с.
3. The Global Innovation Index 2017. URL: <https://www.weforum.org/reports> (дата звернення: 19.12.2020).
4. The Global Competitiveness Report 2017–2018. URL: <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2017-2018-1> (дата звернення: 19.12.2020).
5. Онишко С.В. Фінансовий ринок у системі джерел фінансового забезпечення інноваційно орієнтованого розвитку України. *Науковий вісник Полісся*. 2016. Вип. 2. С. 122–126.
6. Ніколайчук М.В. Сучасний стан та перспективи інноваційного розвитку промислових підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2010. № 6. Т. 3. С. 16–19.
7. Упровадження інновацій на промислових підприємствах / Державна служба статистики України. Київ : Інформаційно-аналітичне агентство, 2020.
8. Про інноваційну діяльність : Закон України в поточній ред. від 05.12.2012. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=40-15> (дата звернення: 12.12.2020).
9. Morbey G.K. R&D Expenditures and Profit Growth. *Research-Technology Management*. 1989. Vol. 32. № 3. May-June. P. 20–23.
10. Горященко Ю.Г., Байов Б.С. Ринок інновацій в Україні та характеристика інноваційних стратегій. *Економічний вісник Національного гірничого університету*. 2017. № 1 (57). С. 132–139.
11. Лазарева Є. Дослідження закономірностей інноваційних перетворень у регіональній економіці. *Економіст*. 2009. № 9. С. 35–37.
12. Комлева Н.С. Формирование инновационной политики промышленного предприятия на основе использования инструментов маркетинга. *Экономические исследования и разработки*. 2017. № 12. С. 195–214.
13. Борисов В.В. Инновационная политика: европейский опыт. Москва, 2012. 128 с.
14. Орлюк П. Законодавче забезпечення інноваційної діяльності в Україні. *Наука та інновації*. 2008. Т. 4. № 1. С. 68–73.
15. Кудинов Л.Г. Инновационные стратегии в переходной экономике Москва, 1998. 103 с.
16. Grove Jack Triple miracle's sees huge rise in EU funds for frontier research. Times Higher Education. 28 July 2011. URL: <https://www.timeshighereducation.com/news/triple-miracle-sees-huge-rise-in-eu-funds-for-frontier-research/416952.article?storycode=416952> (дата звернення: 13.12.2020).
17. Zhadko K., Goryaschenko Y. Regional development diagnostics by means of statistical monitoring and control. *Актуальні проблеми економіки*, 2014. № 5 (155). С. 485–490.

References:

1. Knyazevich A.O. (2015) Rynok innovatsii u skladi innovatsiinoi infrastruktury krainy [Innovation Market in the Innovative Infrastructure of the Country]. *Marketing and innovation management*, no. 3, pp. 129–139.
2. Lukicheva L.I. (2009) *Upravlenye intellektualnim kapitalom* [Management of intellectual capital]: textbook. Moscow, 551 p.
3. *The Global Innovation Index 2017*. Available at: <https://www.weforum.org/reports> (accessed 19 December 2020).
4. *The Global Competitiveness Report 2017–2018*. Available at: <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2017-2018-1> (accessed 19 December 2020).
5. Onyshko C.V. (2016) Finansovyi rynek v systemi dzherel finansovoho zabezpechennia innovatsiino-orientovanoho rozvytku Ukrainy [The Financial Market in the System of Sources of Financial Support for Innovation-Oriented Development of Ukraine]. *Polesie Scientific Bulletin*, no. 2, pp. 122–126.
6. Nikolaychuk M.V. (2010) Suchasnyi stan ta perspektyvy innovatsiinooho rozvytku promyslovykh pidpriemstv [Current status and prospects of innovative development of industrial enterprises]. *Bulletin of Khmelnytsky National University*, no. 6, vol. 3, pp. 16–19.
7. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2020) *Vprovadzhennia innovatsii na promyslovykh pidpriemstvakh* [Implementation of innovations in industrial enterprises]. Kyiv: Informatsiino-analitychne ahentstvo.
8. On Innovative Activities: Law of Ukraine Available at: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=40-15> (accessed 12 December 2020).
9. Morbey G.K. (1989) R&D Expenditures and Profit Growth. *Research-Technology Management*, no. 32 (3), May-June, pp. 20–23.
10. Horiashchenko Yu.G., Bayov B.S. (2017) Rynok innovatsii v Ukraini ta kharakterystyka innovatsiinykh stratehii [Innovation market in Ukraine and characteristic of innovation strategies]. *Economic Bulletin of the National Mining University: Sciences Magazine*, no. 1 (57), pp. 132–139.
11. Lazareva E. (2009) Doslidzhennia zakonmironosti innovatsiinykh peretvoren u rehionalnii ekonomitsi [Investigation of regularities of innovative transformations in the regional economy]. *Economist*, no. 9, pp. 35–37.
12. Komleva N.S. (2017) Formyrovanye innovatsiynnoi polytyky promyshlennoho predpriyatiya na osnove yspolzovaniya ynsumentov marketynha [Formation of industrial enterprise innovation policy based on the use of marketing tools]. *Economic research and development*, no. 12, pp. 195–214.
13. Borisov V.V. (2012) Innovatsyonnaia polytyka: evropeyskyi opyt [Innovation policy: European experience]. Moscow: Languages of Slavic Culture, 128 p.
14. Orlyuk P. (2008) Zakonodavche zabezpechennia innovatsiinoi diialnosti v Ukraini [Legislative support of innovative activity in Ukraine]. *Science and innovations*, no. 1, pp. 68–73.
15. Kudinov L.G. (1998) *Innovative Strategies in the Transition Economy*. Moscow: REA Publishing House GV Plekhanov, 103 p.
16. Grove Jack Triple miracle's huge rise in EU funds for frontier research / Times Higher Education, 28 July 2011 Available at: <https://www.timeshighereducation.com/news/triple-miracle-sees-huge-rise-in-eu-funds-for-frontier-research/416952.article?storycode=416952> (accessed 13 December 2020).
17. Zhadko K., Goryaschenko Yu. (2014). Regional development diagnostics by means of statistical monitoring and control. *Actual problems of economy*, no. 5 (155), pp. 485–490.

УДК 338.43:658.114.5:375-044.964

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/162-12>

Дідух С. М.

кандидат економічних наук, доцент,
Одеська національна академія харчових технологій
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1534-0975>

Didukh Serhii

Odessa National Academy of Food Technologies

ПЕРЕДУМОВИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ІСНУЮЧОЇ БІЗНЕС-МОДЕЛІ АГРОПРОДОВОЛЬЧИХ ХОЛДИНГІВ У НАПРЯМІ ІНКЛЮЗИВНОСТІ

Статтю присвячено дослідженню особливостей зовнішнього середовища агропродовольчих холдингів та визначенню передумов трансформації існуючої бізнес-моделі у напрямі інклюзивності. Проаналізовано результати розвитку агропродовольчого сектору за 1991–2019 рр. щодо зростання обсягу виробництва сільськогосподарських культур на основі збільшення врожайності та підвищення продуктивності праці. Визначено вектор глобалізаційної трансформації агропродовольчих холдингів України, досліджено місце агропродовольчих холдингів в економіці. Окреслено проблеми зайнятості сільського населення та деградації сільської інфраструктури. Описано проблеми та переваги дрібних фермерських господарств, а також зміну моделі їх функціонування. Показано ключові аспекти трансформації існуючої бізнес-моделі агропродовольчих холдингів у напрямі інклюзивності. Виділено передумови трансформації бізнес-моделі агрохолдингів у напрямі інклюзивності: соціальні, глобалізаційні, інституційні, конкурентні, ресурсні, земельні та моральні.

Ключові слова: агропродовольчі холдинги, інклюзивність, інклюзивний розвиток, глобалізаційна трансформація агропродовольчих холдингів, передумови впровадження інклюзивної моделі.

PREREQUISITES FOR TRANSFORMATION OF BUSINESS MODEL OF AGRICULTURAL HOLDINGS IN THE DIRECTION OF INCLUSIVENESS

The article is devoted to the study of the peculiarities of the external environment of agri-food holdings and identifying the preconditions for transforming the business model in the direction of inclusiveness. The urgency of the topic is due to the need to improve the strategy of development of agri-food holdings in a dynamic change of market conditions. The methods of abstraction and logical awareness, as well as statistical and economic analysis are used in the work. The article analyzes the results of the agri-food sector development for 1991–2019, which consist in a significant increase in crop production based on increasing yields, increasing labor productivity in the agricultural sector under the influence of innovative development of agricultural producers, primarily agri-food holdings. The vector of globalization transformation of agro - food holdings of Ukraine is determined, the place of agro - food holdings in economy is investigated. It is substantiated that the increase in the quantitative indicators of the agricultural sector did not lead to a significant increase in the welfare of rural areas. The problems of rural employment and degradation of rural infrastructure have been identified. The problems and advantages of small farms are described, as well as the change of the model of their functioning. The key aspects of the transformation of the existing business model of agri-food holdings in the direction of inclusiveness are identified: improvement of remuneration mechanisms and distribution of financial results; deepening cooperation with small agricultural producers on the basis of joint access to infrastructure; development of mechanisms of cooperation with local communities for the development of social infrastructure of rural areas; increase funding and co-financing of projects. The preconditions for the transformation of the business model of agricultural holdings in the direction of inclusiveness are highlighted: social, globalization, institutional, competitive, resource, land and moral. Further research should be aimed at developing applied tools for the implementation of the system of inclusive development of the agri-food sector.

Keywords: agri-food holdings, inclusiveness, inclusive development, globalization transformation of agro-food holdings, preconditions for implementation of the inclusive model.

JEL classification: A13, E24, F23

Постановка проблеми. Агропродовольчий сектор України за останні 10 років перетворився на потужного гравця на світових ринках за цілою низкою товарних позицій за високого рівня прозорості та конкуренції світової економіки під впливом глобалізаційних процесів.

Успіхи агропродовольчої сфери України останніх років значною мірою пов'язані з розвитком агропродовольчих холдингів. Однак, істотно збільшивши на основі екстенсивних механізмів розвитку обсяги виробництва та досягнувши успіхів щодо завоювання частки ринку і забезпечення продовольчої безпеки країни, агрохолдинги постають перед необхідністю

вдосконалення власної бізнес-моделі. Це зумовлено передусім невирішенням земельного питання та неврегульованістю відносин в агросекторі між державою, громадами та агровиробниками різного масштабу. Тому актуальним науковим завданням є визначення передумов трансформації існуючої бізнес-моделі агропродовольчих холдингів з урахуванням особливостей їх зовнішнього середовища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичним та практичним аспектам становлення і розвитку агропродовольчих холдингів присвячено наукові роботи В. Андрійчука, Р.І. Бурая, В. Бойка, В. Василенка, А.О. Гуторова, Н.М. Давиденко, С.І. Дем'яненка,

Ю.А. Карпишина, В.І. Копитко та О.В. Копитко, М.Ф. Кропивка, Ю.М. Лопатинського, Ю.О. Лупенка, А. Мазура, М.Й. Малік та М.А. Хвесик, Ю. Нестерчук, О.І. Павлова, П. Саблука, В.А. Самофатової, Г. Черевка, О.В. Шубравської, В. Юрчишина, Ю. О. Ярмоленко, В. Яценка та ін. Однак недостатньо дослідженими є причини та передумови вдосконалення бізнес-моделі агропродовольчих холдингів України у напрямі впровадження принципів сталого та інклюзивного розвитку.

Мета статті полягає в аналізі особливостей зовнішнього середовища агропродовольчих холдингів та визначенні передумов трансформації їх існуючої бізнес-моделі у напрямі інклюзивності.

Виклад основного матеріалу. Агропромисловий сектор України за останні 20 років продемонстрував високі темпи розвитку. Середньорічний валовий збір основних сільськогосподарських культур у 2001–2010 рр. зріс порівняно з 1991–2000 рр. за культурами зерновими і зернобобовими (на 16,1%), картоплею (на 11,4%), соняшником (на 95,4%), культурами овочевими (на 30,2%), водночас знизившись

для цукрового буряка та культур плодових та ягідних (табл. 1).

У 2011–2019 рр. відбулося подальше прискорене зростання валового збору всіх основних культур, окрім цукрового буряку. Найбільші темпи приросту зафіксовано для валового збору соняшника – у середньому

11 634 тис т на рік у 2011–2019 рр. порівняно з 4 669,2 тис т у 2001–2010 рр. (приріст на 149,2%). Валовий збір культур зернових і зернобобових зріс на 64,4%, картоплі – на 18,1%, культур овочевих – на 33,6%.

Основою для прискореного зростання валового збору стало впровадження інноваційних агротехнологій та підвищення врожайності (табл. 2).

Порівняно із 90-ми роками ХХ ст. було досягнуто суттєвого зростання середньорічної врожайності за всіма видами сільськогосподарських культур, а особливо тих, вирощування яких перебуває у сфері інтересів великих агровиробників – агропродовольчих холдингів.

Також зафіксовано зростання продуктивності праці за 2010–2019 рр. на підприємствах, які здійснювали

Таблиця 1
Середньорічний обсяг виробництва (валовий збір) сільськогосподарських культур за періодами в 1991–2019 рр., тис т

Період	Обсяг виробництва (валовий збір) сільськогосподарських культур, тис т					
	культури зернові та зернобобові	буряк цукровий фабричний	соняшник	картопля	культури овочеві	культури плодові та ягідні
1991-2000 рр.	32781,5	23991,4	2389	16974,4	5519,4	1762,1
2001-2010 рр.	38071,1	15214,1	4669,2	18911,8	7185,2	1479,2
2011-2019 рр.	62578,2	14122,1	11634,0	22335,6	9600,4	2121,9
Відхилення (2001-2010 рр.) до (1991-2000 рр.), тис т	5289,6	-8777,3	2280,2	1937,4	1665,8	-282,9
Відхилення (2001-2010 рр.) до (1991-2000 рр.), %	16,1%	-36,6%	95,4%	11,4%	30,2%	-16,1%
Відхилення (2011-2019 рр.) до (2001-2010 рр.), тис т	24507,1	-1092,0	6964,8	3423,8	2415,2	642,7
Відхилення (2011-2019 рр.) до (2001-2010 рр.), %	64,4%	-7,2%	149,2%	18,1%	33,6%	43,4%

Джерело: складено автором на основі [1]

Таблиця 2
Середньорічна врожайність сільськогосподарських культур за періодами в 1991–2019 рр., ц з 1 га зібраної площі

Період	Урожайність сільськогосподарських культур, ц з 1 га зібраної площі					
	культури зернові та зернобобові	буряк цукровий фабричний	соняшник	картопля	культури овочеві	культури плодові та ягідні
1991-2000	24,2	191,3	11,7	108,3	117,5	30,8
2001-2010	26,4	258,8	12,6	126,3	154,6	56,5
2011-2019	42,0	445,9	21,0	165,1	206,1	102,2
Відхилення (2001-2010) до (1991-2000), тис т	2,25	67,5	0,85	18	37,1	25,73
Відхилення (2001-2010) до (1991-2000), %	9,3%	35,3%	7,3%	16,6%	31,6%	83,7%
Відхилення (2011-2019) до (2001-2010), тис т	15,6	187,1	8,4	38,8	51,5	45,7
Відхилення (2011-2019) до (2001-2010), %	59,0%	72,3%	67,0%	30,7%	33,3%	80,9%
Відхилення (2011-2019) до (1991-2000), %	73,8%	133,1%	79,1%	52,5%	75,4%	232,2%

Джерело: складено автором на основі [1]

сільськогосподарську діяльність: у рослинництві – на 124,7%, у тваринництві – на 194,6% (табл. 3).

Визначальну роль у досягненні таких результатів відіграли агропродовольчі холдинги, які є важливою частиною сучасного аграрного сектору України, забезпечуючи до 38% виробництва деяких сільськогосподарських культур та до 41% їх експорту [3; 4].

За визначенням В.М. Яценко, «агропродовольчий холдинг є організаційною формою вертикальної інтеграції в аграрній галузі – це об'єднання, що являють собою замкнуте коло: виробництво продукції сільськогосподарства, її переробка та реалізація кінцевого продукту» [5, с. 32].

В українських реаліях під час дослідження діяльності агропродовольчих холдингів перш за все слід орієнтуватися на їх сутнісну структуру, а не формалізовану юридично, оскільки, як відзначають В.Г. Андрійчук та І.С. Сас, у нашій країні досить поширеними є квазіхолдинги – «окремі підприємства, які мають єдиного власника, координують свою діяльність, але юридично не об'єднані» [6, с. 118].

Агрохолдинги в Україні не лише забезпечують приріст валового збору сільськогосподарських культур та приріст валютних надходжень, а й поступово збільшують свою ринкову владу, займаючи все більшу частку ринку. Так, у 2019/2020 рр. «Кернел» і «Нібулон» забезпечили разом 24,4% експорту зернових та олійних культур з України; частка «Кернел» на ринку соняшникової олії України становить 23,1% [7], «МХП» забезпечує близько 50% виробництва м'яса птиці; 11 найбільших агрохолдингів сконцентрували 25% потужностей зі зберігання зерна. Тобто зафіксовано збільшення частки холдингів в агропродовольчій інфраструктурі.

В умовах обмеженого внутрішнього ринку агропродовольчі холдинги націлені на вихід на міжнародні ринки. Відкритість економіки України, очевидні переваги від експорту продукції на глобальні ринки та імпорту передових інноваційних технологій зумовлюють перетворення агропродовольчих холдингів України на транснаціональні корпорації.

Нами виділено сім векторів глобалізаційної трансформації агропродовольчих холдингів: експорт продукції, імпорт обладнання та технологій, залучення фінансових ресурсів, іноземна реєстрація компаній, продаж цінних паперів на закордонних біржах, заснування підприємств за межами України, участь у міжнародних організаціях та асоціаціях (табл. 4).

Вихід на міжнародний рівень агропродовольчих холдингів примушує їх змінювати існуючу бізнес-

модель та впроваджувати стандарти і правила діяльності для потужних транснаціональних компаній. Це полягає у тому числі у формулюванні та послідовному впровадженні стратегії сталого розвитку за різними напрямками. Тому не дивно, що найбільш послідовними та успішними у впровадженні концепції сталого розвитку є агропродовольчі холдинги, акції яких розміщені на міжнародних фондових біржах.

Як показано у наших попередніх роботах [8], напрями впровадження стратегії сталого розвитку агрохолдингів цілком відповідають 17 цілям сталого розвитку, які визначені в Указі «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року» [9].

Однак результативний вихід на міжнародні ринки та ефективна конкуренція на них можливі лише у разі формування та укріплення базису для подальшого розвитку, а саме інституціоналізації земельних відносин та механізмів взаємодії із сільськими громадами, мешканцями сільських територій та дрібними і середніми агропідприємствами.

Збільшення кількісних показників агросектору не мало відчутного позитивного впливу на добробут мешканців сільських територій. У сільській місцевості, відповідно до офіційних даних, мешкає 31,5% усього економічно активного населення України у віці 15–70 років. Однак рівень зайнятості там на 3 в. п. нижчий, аніж у містах, із негативною тенденцією до підвищення рівня безробіття (у сільській місцевості офіційний рівень безробіття досягає 10,1%).

Також для сільських домашніх господарств характерні певні особливості у структурі доходів. Так, частка доходів від оплати праці становить лише 41,6% у структурі доходів (у цілому по країні – 54,5%). При цьому частка неекономічних доходів (у вигляді допомоги, пенсій, соціальних трансфертів, субсидій, стипендій) – 20,4%, а немонетарних доходів (від ведення домашнього господарства) – 9,6% [10].

При цьому необхідно враховувати високий відсоток неформальної зайнятості та тіньової економіки, що, безумовно, робить статистичні дані менш достовірними. Вивільнення робочої сили в агросфері під впливом процесів автоматизації та діджиталізації не супроводжується перепрофілюванням працівників, тому значна їх частка залишається проживати в сільській місцевості, займаючись веденням домашнього господарства як самостійно зайняті у сільському господарстві особи та формуючи так званий неформальний сектор. Відповідно до статистичних даних, 38,2% зайнятого економічно активного населення залежить від сільськогосподарської діяльності [11].

Таблиця 3

Продуктивність праці на підприємствах, які здійснювали сільськогосподарську діяльність

	На 1 зайнятого в сільськогосподарському виробництві, у постійних цінах 2016 р., тис грн		
	сільськогосподарське виробництво	рослинництво	тваринництво
2010	380,4	424,7	276,7
2019	928,6	954,4	815,2
Відхилення 2019 р. до 2010 р., тис грн	548,2	529,7	538,5
Відхилення 2019 р. до 2010 р., %	144,1%	124,7%	194,6%

Джерело: складено автором на основі [2]

Таблиця 4

Вектори глобалізаційної трансформації агропродовольчих холдингів України

Вектор глобалізаційної трансформації	Сутність	Приклади
Юридична та організаційна структуризація активів	Реєстрація материнської компанії за кордоном	«МХП» – MHP SE (Кіпр), «Кернел» – Kernel Holding S.A. (Люксембург), «Астарта-Київ» – Astarta Holding N.V. (Нідерланди), «Авангард» – «AVANGARDCO IPL» (Кіпр) тощо
Глобалізація акціонерного капіталу	Розміщення цінних паперів на європейських фондових біржах	Лондонська фондова біржа: MHP SE, AvangardCO IPL; Варшавська фондова біржа: Agroton, Astarta, IMC, Kernel, Ksg Agro SA, Ovostar Union.
Глобалізація фінансово-кредитних ресурсів	Залучення кредитних коштів світових банків та фондів	Кредити IFC, ЄБРР, ЧБТР, провідних європейських банків, випуск євробондів
Глобалізація експорту продукції	Збільшення кількості країн, куди експортується продукція компаній	Агропродукція експортується в понад 190 країн світу на суму 18,8 млрд дол. США (44,2% валютних надходжень від товарного експорту)
Глобалізація виробничої діяльності	Придбання/будівництво активів за межами України	«МХП»: Perutnina Ptuj (Словенія), заводи в Нідерландах, Словенії, Саудівській Аравії; Т.В. Fruit: заводи в Польщі й Молдові тощо
Долучення до міжнародної інноваційної структури	Імпорт інноваційних технологій, обладнання	Імпорт провідних технологій у сфері будівництва, виробництва, реалізації
Приєднання до світового істеблішменту	Вступ до світових європейських асоціацій та бізнес-організацій	Глобальний договір ООН, Американсько-українська ділова рада, Європейська бізнес-асоціація

Джерело: складено автором

Недостатній рівень розвитку сільських територій, зменшення людського потенціалу та деградація сільської інфраструктури створюють загрозу для подальшого розвитку агрохолдингів. Саме тому агрохолдинги зацікавлені у вирішенні проблеми залучення сільського населення до активної економічної діяльності у різних сферах.

Для опису процесу залучення широкого кола громадян до певного процесу шляхом удосконалення самого процесу, об'єкта чи системи об'єктів використовується термін «інклюдія».

За визначенням О.Г. Вдовічени, інклюзивний розвиток – це «розвиток, якому притаманна багатовимірність у межах середовища, сформованого державою, суспільством та бізнесом, інтеграція і взаємодія яких створює пов'язані між собою інститути, діяльність яких орієнтована на довгострокову перспективу, забезпечення збалансованого розподілу матеріальних і нематеріальних благ між членами соціуму, враховуючи потреби майбутніх поколінь» [12].

Оптимальна структура агропродовольчого сектору не визначена на законодавчому рівні. Незважаючи на велику роль держави в економіці країни та, зокрема, агропродовольчій сфері, формування структури агро-виробництва відбувається передусім під впливом конкуренції в різних її проявах.

Поширення інклюзивності, яке полягає у включенні більших верств населення до активної економічної діяльності, передбачає у тому числі взаємовигідну інтеграцію дрібних та потужних агровиробників.

Необхідно відзначити, що у 2014–2019 рр. під впливом зростання цін на продовольчі товари, сприятливого для експорту курсу гривні відбулося технічне переозброєння та зміна моделі функціонування дрібних фермерських господарств. Сьогодні це вже якісно інші агропідприємства, які мають низку конкурентних переваг:

- високий рівень мотивації;
- оптимальна площа земельних угідь, що дає змогу ефективно контролювати всі агрооперації;

– принципово інший порівняно з агрохолдингами рівень експертності та зацікавленості в результатах праці.

На прикладі таких агропідприємств відбувається усвідомлення, що для отримання високого фінансового результату не завжди необхідне прискорене масштабування бізнесу та розширення компанії. Іншою моделлю є концентрація на виробництві високоефективних культур в оптимальних масштабах із поступовим поглибленням рівня переробки даної продукції.

Однак дрібні та середні підприємства мають низку структурних проблем, які не дають їм змоги підвищувати надалі власну ефективність:

- відсутність власної інфраструктури щодо зберігання та транспортування врожаю;
- обмежені можливості для експорту, оскільки їх незначні обсяги не дають змоги отримувати оптимальні ціни на продукцію;
- нижчий рівень інноваційності через високі стартові інвестиції на впровадження сучасних інноваційних систем управління в агробізнесі.

Саме у площині вирішення цих проблем знаходиться підґрунтя для взаємодії та інтеграції дрібних агровиробників та потужних агрохолдингів.

Інституційна слабкість держави зумовлює неможливість вирішення нею глобальних завдань розвитку агропродовольчого комплексу та підвищення добробуту сільських територій. Це створює передумови для саморегуляції ринку з упровадженням нових, не притаманних іншим країнам механізмів взаємодії.

Також слід відзначити такий аспект, як певний моральний обов'язок агропродовольчих холдингів, які усвідомлюють рівень занепаду сільських територій, деградації сільської інфраструктури та необхідність підтримки місцевого населення в різних формах.

Трансформація існуючої бізнес-моделі агропродовольчих холдингів у напрямі інклюзивності полягає у декількох ключових аспектах, серед яких:

1) удосконалення механізмів оплати праці та розподілу фінансових результатів;

2) поглиблення співпраці з дрібними агровиробниками на основі спільного доступу до інфраструктури, інноваційних та технологічних рішень, а також фінансових ресурсів;

3) розроблення та удосконалення механізмів співпраці із місцевими громадами задля розвитку соціальної інфраструктури сільських територій;

4) збільшення фінансування соціальних проєктів у рамках визначених стратегій сталого розвитку та корпоративної соціальної відповідальності.

Зважаючи на проведений аналіз зовнішнього середовища агропродовольчих холдингів, виділимо передумови трансформації бізнес-моделі в напрямі інклюзивності:

1. Соціальні – необхідність вирішення накопичених проблем сільських територій щодо зайнятості, забезпечення прийняттого рівня доходів та залучення сільського населення до продуктивної економічної діяльності.

2. Глобалізаційні – реалізація стратегій сталого та інклюзивного розвитку зумовлена вимогами міжнародного бізнесу, особливо для агрохолдингів, які перебувають у процесі перетворення на транснаціональні корпорації.

3. Інституційні – слабкість держави та державних органів, які не здатні вирішити проблеми села і мешканців сільських територій, а також стати надійним партнером й інтегратором для різного типу виробників примушують агровиробників до саморегулювання, а агропродовольчі холдинги – до виконання функції інтегратора та ініціатора перетворень в агропродовольчому секторі.

4. Конкурентні – посилення конкуренції з боку дрібних та середніх агропідприємств, які функціонують на основі вищого рівня операційного контролю та вмотивованості, стимулює агрохолдинги до співпраці з іншими учасниками ринку на основі інклюзивності за принципом win-win.

5. Ресурсні – вичерпність джерел подальшого екстенсивного росту за рахунок прискореного зростання врожайності, введення нових виробничих потужностей зумовлюють необхідність пошуку нових джерел для збереження та підвищення фінансових результатів агрохолдингів на основі принципового нового підходу до використання людського потенціалу.

6. Земельні – у сучасних умовах досягнення важливого завдання збереження земельного банку потребує побудови довгострокової співпраці з місцевими громадами на основі спонсорської допомоги, спільної реалізації соціальних та інфраструктурних проєктів.

7. Моральні – усвідомлення агрохолдингами своєї соціальної місії як відповіді на негативні наслідки своєї діяльності щодо використання ресурсів, накопичених попередніми поколіннями.

Висновки. Агропродовольчої сфери України досягнув значних успіхів у кількісному зростанні впродовж останніх 20 років. Однак невирішеним залишаються питання забезпечення добробуту сільського населення, його залучення до активної економічної діяльності та формування ефективної взаємодії держави й усіх учасників агропродовольчої сфери.

У пошуках подальших джерел підвищення ефективності агропродовольчих холдингів реалізують політику глобалізаційної трансформації за декількома напрямками з перетворенням на транснаціональні компанії. Однак, на нашу думку, така стратегія має бути доповнена впровадженням стратегії інклюзивного розвитку. У статті визначено та обґрунтовано сім глобальних передумов трансформації бізнес-моделі агропродовольчих холдингів: соціальна, глобалізаційна, інституційна, конкурентна, ресурсна, земельна та моральна. Перспектива подальших досліджень пов'язана з розробленням практичних інструментів впровадження системи інклюзивного розвитку агропродовольчої сфери як складової частини формування суспільної інклюзії.

Список використаних джерел:

1. Рослинництво за 1991–2019 рр. *Держстат України* : вебсайт. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2006/sg/sg_rik/sg_u/rosl_1991-2019_u.xls (дата звернення: 07.12.2020).
2. Продуктивність праці в підприємствах, які здійснювали сільськогосподарську діяльність. *Держстат України* : вебсайт. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2020/sg/pp_sgr/pp_sgr_u%201990-2009.xlsx (дата звернення: 07.12.2020).
3. Дідух С.М. Розвиток агрохолдингів України в сучасних умовах: здобутки і виклики. *Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку XXI століття* : матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції, 11–13 жовтня 2018 р. Одеса : ОНАХТ. 2018. С. 109–111.
4. Агрохолдинги забезпечують третину експорту сільгоспкультур. *Agroportal* : вебсайт. 2019. URL: <http://agroportal.ua/ua/news/ukraina/agrokhoddingi-obespechivayut-tret-eksporta-selkhozkultur/> (дата звернення: 07.12.2020).
5. Determinants of Innovation and Investment Development of Multi-Branch Entrepreneurship, Tourism and Hospitality Industry: collective monograph / Yatsenko V. etc.; Ed. by Doctor of Economic Sciences, Prof. Yatsenko V.M. Nuremberg : Verlag SWG imex GmbH, Germany, 2019. 431 p.
6. Андрійчук В.Г., Сас І.С. Концентрація в аграрній сфері економіки: проблемні аспекти : монографія. Київ : КНЕУ, 2017. 303 с.
7. Рейтинг виробників соняшникової олії в Україні у 2019/2020 маркетинговому році. *Landlord* : вебсайт. 2020. URL: <https://landlord.ua/news/reitynh-vyrobnykiv-soniashnykovoi-olii-v-ukraini-u-2019-2020-marketynhovomu-rotsi/> (дата звернення: 07.12.2020).
8. Дідух С.М., Корікова А.К. Сталий розвиток агропромислових холдингів України: особливості та напрямки вдосконалення. *Агросвіт*. 2020. № 3. С. 90–99.
9. Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року : Указ Президента України від 30.09.2019 р. № 722/2019. *Офіційний вісник України*. 2019. № 79. С. 7.
10. Особисті селянські господарства на 1 січня 2019 року / Державна служба статистики України. URL: https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2019/sg/osg/osg_u/osg_0119_u.html.
11. Держстат України : вебсайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 07.12.2020).

12. Вдовічена О.Г. Інклюзивний розвиток – сучасна парадигма стійкого економічного зростання. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2018. Вип. 3. С. 17–29.

References:

1. SSC of Ukraine (2020) *Crop production for 1991–2019*. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2006/sg/sg_rik/sg_u/rosl_1991-2019_u.xls (accessed 07 December 2020).
2. SSC of Ukraine (2020). *Labor productivity in enterprises engaged in agricultural activities*. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2020/sg/pp_sgp/pp_sgp_u%201990-2009.xlsx (accessed 07 December 2020).
3. Agroportal (2019) Ukrainian farmers took the leaders in terms of exports and foreign exchange earnings – the proportion of 39%. Available at: <http://agroportal.ua/ua/news/ukraina/ukrainskie-agrarii-vyshli-v-lidery-po-obemam-eksporta-i-valyutnoi-vyruchki> (accessed 05 January 2020).
4. Didukh S.M. (2018) Development of agro holdings of Ukraine in modern conditions: achievements and challenges”. *Materialy VI Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii. Ekonomichni ta sotsial'ni aspekty rozvytku Ukrainy na pochatku XXI stolittia* [Proceedings of the VI International Scientific and Practical Conference. Economic and social aspects of Ukraine's development at the beginning of the 21st century]. ONAFT, Odesa, Ukraine, pp. 109–111.
5. Yatsenko V. (2019) Determinants of Innovation and Investment Development of Multi- Branch Entrepreneurship. Tourism and Hospitality Industry. Nuremberg: Verlag SWG imex GmbH, Germany. 431 p.
6. Andriychuk V.H., Sas I.S. (2017) *Kontsentratsiia v aharnij sferi ekonomiky: problemni aspekty* [Concentration in the agricultural sphere of the economy: problematic aspects]. KNEU, Kyiv, Ukraine.
7. Landlord (2020) Rating of sunflower oil producers in Ukraine in the 2019/2020 marketing year. Available at: <https://landlord.ua/news/reitynh-vyrobnikiv-soniashnykovoi-olii-v-ukraini-u-2019-2020-marketynhovomu-rotsi/> (accessed 07 December 2020).
8. Didukh S., Korikova A. (2020) Stalij rozvytok ahropromyslovykh kholdynhiv Ukrainy: osoblyvosti ta napriamky vdoskonalennia [Sustainable development of agroindustrial holdings in Ukraine: features and directions of improvement]. *Ahrosvit*, vol. 3, pp. 90–99.
9. President of Ukraine (2019) Decree “On the Sustainable Development Goals of Ukraine until 2030”. *Ofitsijnyj visnyk Ukrainy*, vol. 79, p. 7.
10. SSC of Ukraine (2019). Personal farms on January 1, 2019. Available at: https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2019/sg/osg/osg_u/osg_0119_u.html (accessed 07 December 2020).
11. SSC of Ukraine (2020). Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 07 December 2020).
12. Vdovichen O.Gh. (2018) Inkluzivnyj rozvytok – suchasna paradyghma stijkogho ekonomichnogho zrostantnja [Inclusive development is the modern paradigm of sustainable economic growth]. *Visnyk Cherniveckogho torghoveljno-ekonomichnogho instytutu. Ekonomichni nauky*, vol. 3, pp. 17–29.

УДК 658.7

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/162-13>**Запорожець І. М.**

кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту,
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4015-5958>

Zaporozhets Iryna

Admiral Makarov National University of Shipbuilding

АУТСОРСИНГ ЛОГІСТИЧНИХ ФУНКЦІЙ В СУДНОБУДІВНІЙ КЛАСТЕРНІЙ СИСТЕМІ

У статті проведено дослідження реалізації проєктів у суднобудівній кластерній системі. Доведено необхідність логістичного аутсорсингу в бізнес-процесах кластерної інтеграції. Розроблено принципи залучення логістичного оператора, якого рекомендується задіяти за правилами аутсорсингу. В основі проєкту залучення логістичного оператора перебуває проєктування бізнес-процесів кластеру з використанням SADT-модельовання, формування інформаційної бази ресурсів, реалізація процесу функціонування та моніторинг, де координатором є логістичний центр.

Ключові слова: аутсорсинг, суднобудівна кластерна система, логістичні функції, ресурси, логістичний оператор.

OUTSOURCING OF LOGISTICS FUNCTIONS IN SHIPBUILDING CLUSTER SYSTEM

The aim of the article is to study the features of the operating system, shipbuilding production management system and develop a mechanism for involving a logistics operator on the basis of outsourcing services in the shipbuilding cluster system. The work presents the characteristics of shipbuilding, identifies the features of project management at the enterprise. The subject of the study is the methods and models of logistics management of the shipbuilding cluster system. The object of the study is the logistics system of project management in the shipbuilding cluster system. Logistics in project management of shipbuilding enterprises is determined by a large number of flow processes and associated complex information links. The logistics system covers the entire resource-functional range of flow processes, taking into account the stages of the project life cycle. For domestic shipbuilding and ship repair enterprises, cluster integration is one of the most accessible ways to implement a global strategy in achieving competitive positions in international markets. Modern logistics requirements are forcing companies to seek a compromise to compensate for the growing demands of production. Outsourcing is the transfer of part of the business process by enterprises to outsourcers on a subcontract basis. The logistics operator 4PL, which is engaged on the basis of outsourcing, integrates the business processes of shipbuilding companies involved in the supply chain using electronic media. The coordinator is the logistics center, which, using modern equipment, allows logistics operators to offer a comprehensive package of services with high quality parameters.

Keywords: outsourcing, shipbuilding cluster system, logistics functions, resources, logistics operator.

JEL classification: M11

Постановка проблеми. Суднобудівний бізнес – це ресурсоємне та наукоємне виробництво зі значними інвестиціями та специфічною міжнародною конкуренцією. Суднобудівні підприємства використовують креативні інженерні рішення для забезпечення економічної привабливості проєктів. Сучасне лідерство підприємств є можливим під час реалізації таких факторів, як відповідна матеріально-технічна база, якість трудових ресурсів, передові технології.

Відповіддю на сформовані виклики є суднобудівний кластер. Світовий досвід показує, що ключова роль у підвищенні конкурентоспроможності кластеру визначається ресурсами, особливо якщо зроблено акцент на науково-технічному та єдиному технологічному ланцюзі, який формується як поєднання підприємств навколо технологічного циклу. Ланцюг має такий вигляд: «влада – науково-дослідні установи – навчальні центри – виробництва – логістичні підприємства».

Основною передумовою створення суднобудівного кластеру є налагодження промислової, наукової кооперації між його учасниками. Суднобудівні та судноремонтні підприємства мають можливість спільно користуватися інфраструктурою, послугами аутсорсингу

логістичних функцій, співпрацювати з підрядниками в межах кластеру на умовах аутсорсингу, інфраструктурними об'єктами, спільним локальним ринком праці.

Україна за останні роки значно втратила позиції в суднобудуванні, але розвиває судноремонт як вид діяльності. Для затвердження конкурентних позицій на ринку судноремонтних робіт компанії займаються реструктуризацією підприємств. Судноремонтні та суднобудівні підприємства України виконують роботу будь-якої складності: це й корпусні роботи, й реновація, й інші роботи. Висока кваліфікація робіт, модернізація основних фондів, розширення бізнес-процесів підприємств – все це сприяє розвитку підприємств, але не дає можливості бути конкурентоспроможними на світових ринках.

Глобалізація та індивідуальний характер виробництва істотно впливають на кількісні та структурні параметри матеріальних потоків, викликаючи ускладнення функцій управління ними, зростання витрат і часу перебігу. Сучасні вимоги до підвищення конкурентоспроможності за рахунок логістичної діяльності змушують підприємства до пошуку компромісу з тим, щоб компенсувати зростаючі витрати у сфері виробни-

цтва. Для логістики це означає зниження рівня запасів, витрат транспорту. Ці та інші завдання вирішує аутсорсинг у логістиці: все більша частина логістичних процесів передається для виконання спеціалізованим організаціям, як вузькопрофільним (транспортним, складським, експедиційним тощо), так і багатопрофільним, що надають весь спектр логістичних послуг, тобто логістичним провайдерам.

Необхідність логістичного аутсорсингу полягає у такому.

По-перше, суднобудівні та судноремонтні підприємства вибирають стратегію розвитку, яка виходить за межі вітчизняного ринку. Витрати на організацію як внутрішньої, так і на зовнішньої логістики стають значними. В цьому разі логістичний аутсорсинг необхідний як механізм управління витратами.

По-друге, логістичні витрати входять у вартість проекту будівництва або ремонту судна. Логістична служба підприємства включає автопарк, склади, транспортні витрати, заробітну плату, податки та багато інших витрат. Управління вартістю проекту є фактором конкурентоспроможності підприємства.

По-третє, продукція суднобудування заснована на імпорті та експорті сировини, комплектуючих, обладнання. Логістичний аутсорсинг дасть змогу реалізувати повний комплекс послуг і пошук замовлення, доставку від і до митниці, митне оформлення вантажу, представлення складських приміщень і тримання в них до отримання клієнтом замовлення.

У світовій практиці досягають успіху лише ті компанії, які вибирають найефективніші способи ведення бізнесу. Однією з успішних бізнес-моделей, які дають можливість досягти конкурентних переваг, є аутсорсинг. Аутсорсинг слід розглядати як передачу функцій підприємства в управління професійному підряднику.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У роботі [3] представлена схема функціональної декомпозиції операційної діяльності суднобудівної кластерної системи, де визначені основні потокові процеси й пов'язані з ними інформаційні зв'язки між функціями. У статті [1] обґрунтовано розроблення організаційної схеми та інформаційної моделі матеріально-технічного забезпечення підприємств, що входять у суднобудівний кластер. Організація логістичного центру забезпечить реалізацію своєчасного та надійного логістичного сервісу. Визначено функції логістичного центру в структурі суднобудівного кластеру, які базуються на єдиному інформаційному просторі та реалізують концепцію 4PL логістичного провайдера. У роботі [4] розкрито аутсорсинг бізнес-процесів у суднобудуванні, а саме аутсорсинг інжинірингу, аутсорсинг виробництва. Визначено фактори утримання та поширення в галузі.

Актуальним є питання логістичного управління, оскільки є основою формування вартості проекту. Аутсорсинг – це один з інструментів, який дасть змогу підприємствам кластеру зосередитись на управлінні наявними проектами та розвитком виробництва.

Мета статті полягає у дослідженні особливостей операційної системи та розробленні механізму залучення логістичного оператора на засадах аутсорсингових послуг у суднобудівну кластерну систему.

Виклад основного матеріалу. Продукція суднобудівних та судноремонтних підприємств призначена

для конкретного замовника і не потребує спеціальних механізмів реалізації. Кожний проект є індивідуальним замовленням і вимагає відповідної ресурсної складової частини, яка закладена на передінвестиційній фазі й залучається на інвестиційній [2]. Вартість судна складається з поетапних платежів за частковою готовністю виконаних робіт. Фінансові ресурси використовуються для пошук та закупки матеріальних, які згодом стають виробничими запасами. Запаси беруть участь у реалізації проекту, поступово переходять у незавершене виробництво і лише через деякий час стають готовою продукцією. Переміщення фінансових ресурсів в матеріальні відбувається протягом реалізації проекту. Ресурси визначаються часом, який витрачений на реалізацію одного циклу. Цикл кругообігу ресурсів включає три стадії, такі як заготівельна, виробнича, збутова. На суднобудівних та судноремонтних підприємствах найбільш тривалою є виробнича стадія за використанням усіх видів ресурсів, а саме фінансових, матеріальних, трудових.

Внутрішньо-логістичні процеси включають матеріально-технічну підготовку виробництва, яка являє собою сукупність усіх взаємопов'язаних процесів і забезпечує реалізацію наявних бізнес-процесів на підприємстві необхідними комплектуючими, матеріалами відповідно до плану проекту, обсягів і термінів виконання робіт [8]. Основною метою матеріально-технічного забезпечення підприємства є своєчасне забезпечення виробничого процесу необхідними ресурсами. Ресурсна складова частина є основою реалізації проектів суднобудівних та судноремонтних підприємств.

На основі проведеного аналізу операційної системи підприємств визначені види діяльності, які підлягають логістичному аутсорсингу, а саме організація поставок комплектуючого судового обладнання, організація матеріально-технічного забезпечення, проектна логістика, IT-аутсорсинг.

Як показує практика, підприємствам, які входять у кластер, рентабельно користуватися зовнішніми, спеціалізованими послугами, не відмовляючись від управління ними. У цьому разі управління зовнішніми послугами зводиться до спільного формування стратегії та визначення ключових цілей, розроблення відповідної політики і встановлення ключових показників, які допоможуть досягти реалізації проектів, а також уможливлять проведення необхідних коригуючих дій у роботах та проекті загалом.

Ринок логістичних послуг росте і являє собою досить привабливий сектор бізнесу. Його розвиток проявляється в операційній діяльності логістичних послуг, а саме в системній інтеграції ланцюгів постачання, яку реалізує 4PL-оператор.

4PL-оператор – це інтегруюча структура, яка збирає ресурси, характеристики й технології у своїй організації та інших структурах для розроблення сучасних рішень для ланцюга постачання задля їх реалізації.

Логістичні функції підприємств, що входять у кластер, реалізують на договірних відносинах логістичні оператори. Логістичні оператори здійснюють інтегрування управління логістичними ланцюгами підприємств. Основними послугами 4PL-оператора є такі:

– контролінг, проектування та моніторинг ланцюгів постачання;

- розроблення логістичних мереж та управління ними;
- інтеграція інформаційних систем між підприємствами;
- моніторинг виконання замовлень у ланцюгах постачань;
- планування маршруту транспортування вантажу;
- інтегроване управління запасами в ланцюгах постачань;
- управління якістю логістичного сервісу;
- лізинг логістичних потужностей;
- консалтинг формування логістичного ланцюга.

4PL-оператор інвестує не в склади чи транспортні засоби, а в інформаційні технології, кадровий потенціал, його досвід і знання.

Проект залучення логістичного оператора в кластер слід реалізовувати через такі етапи.

1) Проектування процесів. Слід описати процеси, які реалізуються в проекті за допомогою SADT-моделювання. Потім за допомогою інструментів імітаційного моделювання треба визначити ресурси, необхідні для підтримки цих процесів, розрахувати сумарний час, що вимагається для їх виконання, й обчислити вартість процесів.

2) Прив'язка до ресурсів. Після того як сукупність бізнес-процесів повністю спроектована, кожну функцію у кожному процесі необхідно прив'язати до необхідного ресурсу, щоби підвести під неї інформаційну базу. Цей етап дає змогу сформувати список необхідних ресурсів, а для кожного ресурсу – список функцій, які він виконуватиме, разом з описом входу, виходу й специфікаціями якості обслуговування.

3) Залучення ресурсів у проекти. Слід скласти перелік необхідних ресурсів і визначити специфікацію функцій, які вони повинні виконувати, вибрати та розподілити ресурси між різними процесами.

Основною задачею логістичного оператора є пошук ресурсів поза структурою кластеру. Спираючись на порівняння результатів різних постачальників з еталонними показниками, маємо вибрати найкращого постачальника для кожного ресурсу з урахуванням складених специфікацій функцій.

4) Функціонування логістичного оператора. В структуру входять складські, виробничі, складальні, бухгалтерські послуги тощо. Основна роль під час функціонування логістичного оператора належить інструментам workflow (потік робіт) та Інтернету:

- інструменти workflow підтримують процеси й автоматично передають кожну функцію, заплановану

відповідно до опису процесу та бізнес-правил, належному ресурсу для виконання, супроводжуючи її при цьому відповідною вхідною інформацією;

– Інтернет надає універсальне хмарне середовище, яке дає змогу ефективно розгортати додатки в будь-якому місці і за низьких витрат завдяки постійно поновлюваним стандартам, що широко підтримуються.

5) Моніторинг. Основою моніторингу в кластері є контроль за тим, щоби кожне підприємство виконувало контрактні зобов'язання з обслуговування ланцюга поставок.

6) Управління логістичним оператором. В межах кластеру існує один логістичний центр, який організовує і спрямовує потік ресурсів. Функціями логістичного центру є розроблення та впровадження цієї роботи, а також здійснення експлуатації, маркетингу. В логістичний центр входить команда фахівців, які вирішують такі завдання:

- проектування усіх бізнес-процесів;
- прогнозування ринкових можливостей задля визначення обсягу ресурсів та його постійне корегування;
- активний маркетинг;
- укладання контрактів на ресурси;
- управління якістю послуг.

Висновки. На основі проведеного дослідження можна зробити такі висновки.

1) Суднобудування – це проектно-орієнтоване виробництво, де задіяні значні ресурси на кожному вид діяльності. Управління ресурсами з використанням методів логістичного управління дає змогу управляти вартістю проекту, що підвищує конкурентоспроможність підприємства.

2) Суднобудівні та судноремонтні підприємства мають об'єднуватись у кластери, де влада, наука та виробництво досягнуть значних результатів. Тенденції логістичного управління вимагають сучасних інформаційних систем і технологій. З розвитком логістичних послуг у суднобудівній кластерній системі стає актуальною практика аутсорсингу.

3) Логістичний оператор 4PL, який задіяний на основі аутсорсингу, інтегрує бізнес-процеси суднобудівних підприємств, залучених у ланцюг поставок за допомогою електронних засобів інформації. Координатором є логістичний центр, який, використовуючи сучасне обладнання, дає змогу логістичним операторам пропонувати комплексний пакет послуг з високими параметрами якості.

Список використаних джерел:

1. Козир Б.Ю., Запорожець І.М. Логістичні центри в механізмах матеріально-технічного забезпечення суднобудівних кластерних систем. *Суднобудування та морська інфраструктура*. 2016. № 1–2 (5). С. 91–97.
2. Запорожець І.М. Особливості управління затратами в судноремонтном производстве. *Вісник НУК*. 2014. № 1.
3. Фатеев Н.В., Запорожець І.М. Логистическое управление в судостроительных кластерных системах. *Збірник наукових праць НУК. Миколаїв*, 2014. № 3 (453).
4. Парсяк В.Н., Жукова Е.Ю. Аутсорсинг в судостроении – рост популярности. *Суднобудування та морська інфраструктура*. 2016. № 1–2 (5). С. 23–27.
5. Запорожець І.М., Фатеев М.В., Козир Б.Ю. Процесно-орієнтоване управління в суднобудівних кластерних системах. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2018. Вип. 4 (15).

References:

1. Kozyr B.Yu., Zaporozhets I.M. (2016) Logistichni tsentry v mekhanizmax materialno-tekhnichnoho zabezpechennia sudnoubudivnykh klasternykh system [Logistics centers in the mechanisms of material and technical support in shipbuilding cluster systems]. *Sudnoubudivannia ta morskia infrastruktura* [Shipbuilding and marine infrastructure], no. 1–2 (5), pp. 91–97.

2. Zaporozhets I.M. (2014) Osobnosti upravlenie zatratami v sudoremontnom proizvodstve [Features of cost management in ship repair production]. *Visnyk NUK* [Bulletin of NUOS], no. 1.
3. Fateev N.V., Zaporozhets I.M. (2014) Logisticheskoe upravlenie v sudostroitelnykh klasternykh sistemakh [Logistics management in shipbuilding cluster systems]. *Zb. nauk. prats NUK* [Collection of scientific publications of NUOS], no. 3 (453).
4. Parsyak V.N. (2016) Outsorsing v sudostroenii – rost populyarnosti [Outsourcing in shipbuilding – growing popularity]. *Sudnobuduvannia ta morskya infrastruktura* [Shipbuilding and marine infrastructure], no. 1–2 (5), pp. 23–27.
5. Zaporozhets I.M., Fatieiev M.V., Kozyr B.Yu. (2018) Protsesto-oriientovane upravlinnia v sudnobudivnykh klasternykh sistemakh [Process-oriented management in shipbuilding cluster systems]. *Skhidna Yevropa* [Eastern Europe], no. 4 (15).

УДК 658.012

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/162-14>**Командровська В. Є.**кандидат економічних наук, доцент,
Національний авіаційний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6849-5148>**Komandrovskaya Veronika**

National Aviation University

ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ БЛОКЧЕЙН-ТЕХНОЛОГІЙ У КОМЕРЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ АВІАКОМПАНІЙ

Використання інноваційних цифрових технологій є одним з основних засобів та умов забезпечення конкурентоспроможності сучасного підприємства. У статті досліджено можливості використання, проаналізовано переваги використання блокчейн-технологій для оптимізації процесів взаєморозрахунків, реалізації авіаційних перевезень, підвищення ефективності маркетингового впливу на авіапасажирів за рахунок використання повної достовірної особистої інформації. У результаті дослідження виявлено багато перешкод, що заважають активному впровадженню блокчейн-технологій, зокрема в авіації це: необхідність сформованої інфраструктури, яка передбачає участь безлічі контрагентів, котрі можуть бути не зацікавлені в оприлюдненні своєї інформації та спільному доступі до неї; відсутність значного досвіду розроблення та використання інноваційних цифрових технологій; відсутність готових технологічних рішень для авіапідприємств; недостатність спеціалістів у сфері розроблення блокчейн-рішень та висока вартість розроблення; складність визначення точної ефективності технологій блокчейну.

Ключові слова: інноваційні технології, блокчейн, маркетинг, авіакомпанія, авіаційні перевезення.

THE USE OF INNOVATIVE BLOCKCHAIN TECHNOLOGIES IN COMMERCIAL ACTIVITY OF THE AIRLINES

The article is devoted to the study of the implementation of blockchain technologies for increasing the commercial activity of the airlines. The use of innovative digital technologies is one of the main means and conditions for ensuring the competitiveness of a modern enterprise. The possibilities of use, analyzes the benefits of using blockchain technologies to optimize the processes of mutual settlements, air transportation, increase the effectiveness of marketing impact on air passengers through the use of complete reliable personal information are researched. The study identified many obstacles to the active development of blockchain technology, in particular in aviation: the need for existing infrastructure, which involves many counterparties who may not be interested in disclosing their information and sharing it; lack of significant experience in the development and use of innovative digital technologies; lack of ready-made technological solutions for airlines; lack of specialists in the field of blockchain solution development and high development cost; the difficulty of determining the exact effectiveness of blockchain technologies. It was found that in the aviation industry, the quality and competitiveness of the transport product depends on many partner companies, information flows, management decisions, which prevents the rapid and uninterrupted exchange of information in a complex system of participants and management efficiency. Blockchain technology can help solve this problem through decentralization, transparency, high security and speed. The trends identified in the research process require the management of air transport companies to develop and implement modern innovative blockchain technologies that will not only adapt to current market conditions, but also use these developments to create competitive advantages. In this way, airlines will be able to anticipate problems and disruptions that may threaten their business models and develop a program of measures to prevent them.

Keywords: innovation technologies, blockchain, marketing, airline, air transportations.

JEL classification: R49

Постановка проблеми. Останні роки авіаційний транспорт характеризувався стійким стабільним зростанням обсягів перевезень у всіх регіонах світу, у тому числі й в Україні, викликаним зростанням міжнародної мобільності споживачів, попиту на авіаперевезення та розвитком мереж повітряних ліній. 2020 р. показує суттєві відмінності від загальних трендів попередніх років, сучасний стан ринку авіаційного транспорту можна охарактеризувати як кризовий, на який вплинуло обмеження пересування людей між країнами внаслідок закриття кордонів із багатьма країнами або введення суттєвих обмежень до мандрівників, пов'язаних із карантинними заходами. Проте спеціалісти сподіваються на майбутнє відновлення сполучення між країнами та планують заздалегідь заходи з підвищення конкурентоспроможності на ринку авіаційних перевезень.

В умовах діджиталізації світової економіки основною конкурентною перевагою стають впровадження та використання провідних інноваційних технологій у всіх сферах діяльності авіаційних підприємств, у тому числі й технологій блокчейн. В опублікованих результатах дослідження Міжнародної організації цивільної авіації (IATA) Future of Aviation Industry 2035 [2] використання блокчейн-технологій визначено як один з основних чинників, що визначатиме розвиток авіаційного транспорту у найближчі роки. Перевага використання блокчейну полягає у забезпеченні обміну цінністю по цифрових каналах, забезпечуючи максимальне задоволення потреб клієнтів, вирішення їх проблем та можливості створення для них більшої цінності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням вивчення можливостей використання блокчейн-

технологій для підвищення ефективності бізнесу та вдосконалення господарської діяльності присвячено праці іноземних учених, таких як П. Касіреді, Л.А. Цветкова. Українські вчені також починають розвивати цю тему, зокрема Г.І. Гапоненко, В.М. Маковка, А.С. Жмуркевич, Ю.Я. Тільняк. Проте в Україні питання використання блокчейну у сфері авіації обділені увагою вчених, адже його можливості досліджуються переважно у сфері авіаційної логістики і практично не вивчаються в економічних та маркетингових дослідженнях.

Мета статті полягає в аналізі іноземного досвіду використання інноваційних блокчейн-технологій у діяльності авіакомпаній для отримання стійких конкурентних переваг.

Виклад основного матеріалу. Останнім часом технологія блокчейн набуває значного поширення у світі та різних галузях і сферах діяльності. Нині фінансова сфера не є єдиною, що використовує цю провідну інноваційну технологію. Перспективним напрямом її використання можна назвати авіатransпортну галузь: технологічні інновації, які були спровоковані появою блокчейна, відкривають нові можливості для багатьох її аспектів. Використання блокчейна в авіації може сприяти збільшенню прозорості щодо обслуговування пасажирів, структуризації інформації про них, а також безпеці польотних даних.

Завдяки застосуванню технології блокчейн можливо добитися високого рівня захисту інформації і відкрити широкі можливості для управління нею, тому впровадження даної інноваційної технології в авіаційну галузь є досить перспективним напрямом.

Конкретні переваги технології блокчейн стають усе виднішими для авіапідприємств. Класифікація випадків їх використання показує формування кластерів навколо декількох сфер застосування, передусім токенизацію та смарт-контракти. У дослідженні IATA [1] виділено такі загальні сфери використання даного виду інноваційних технологій (рис. 1). Для використання можливостей блокчейна у комерційній діяль-

ності авіакомпанії потрібна спеціальна платформа, що розробляється спільно з банками-партнерами, у яких агенти повинні мати рахунок для приєднання до системи. Автоматизувати та спростити процеси за допомогою цієї платформи можуть і компанії, ніяк не пов'язані з авіацією.

«Блокчейн ефективний для оптимізації взаємодії в розгалужених b2b-системах, де є велика кількість контрагентів і покупців. Технологія допомагає зв'язати продаж і взаєморозрахунки з агентами в реальному часі, забезпечує переміщення коштів на реальних банківських рахунках у режимі 24/7, допомагає скоротити операційні витрати через усунення непотрібних і дублюючих процесів» [3].

Ланцюг створення вартості в авіатransпортній сфері за своєю суттю складається з великої кількості ланок, партнерських відносин між постачальниками, щоб колективно організувати надання транспортної послуги. Смарт-контракти мають великий потенціал для спрощення взаємодії між партнерами в системі B2B, зокрема щоб удосконалити такі процеси, як виставлення рахунків, їх звірення, сплату та бухгалтерський облік. Технологія блокчейн забезпечує середовище для управління інформацією та, що більш важливо, рух цінності за цифровими каналами. Хоча нині багато уваги приділяється криптовалютам, які побудовані за даною технологією, спектр їх використання виходить далеко за рамки цифрових валют. Як правило, блокчейн підходить для галузей та сфер діяльності, де існує необхідність установити довіру між кількома сторонами.

У табл. 1 наведено напрями та переваги використання технології блокчейн в авіації.

Дослідимо основні особливості та переваги використання блокчейна в авіаційній галузі.

Ефективна і надійна ідентифікація пасажирів зменшує ймовірність учинення шахрайства, адже після перевірки в блокчейні видати себе за іншу особу буде незмірно складніше внаслідок використання принципово нового рівня обробки біометричної інформації,

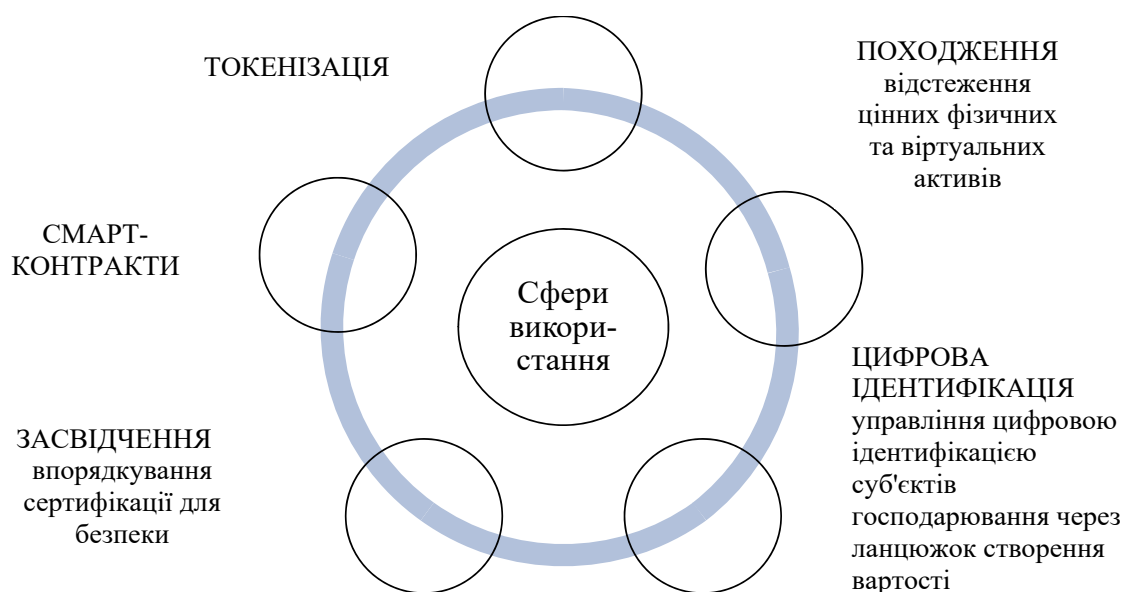


Рис. 1. Загальні сфери використання блокчейн-технологій [1]

Таблиця 1

Напрями використання блокчейн-технологій в авіації

Напрями використання	Можливості використання	Переваги
Бронювання та продаж авіаквитків	Повна автоматизація роботи системи з бронювання та купівлі квитків	- збільшення швидкості розрахунків під час продажу квитків із десяти днів до 20 секунд; - зменшення терміну дебіторської заборгованості; - банк виступає гарантом платоспроможності покупця
Програми лояльності на блокчейні	Практично всі великі авіакомпанії пропонують програми лояльності для пасажирів, які часто літають. Вони дають змогу клієнтам накопичувати бали (наприклад, так звані «мили»), які потім можна використовувати для перельотів або отримання знижок на квитки	- використання блокчейну авіакомпанією може спростити облік і звірку балів за рахунок формування смарт-контрактів, тим самим мінімізує ризики помилок і поліпшить відгук клієнтів
Обслуговування парку ЛА	Можливість відстеження повної історії обслуговування і ремонту літаків протягом усього життєвого циклу	- внесення даних про обслуговування літаків у блокчейн, що не можна знищити чи виправити, дає змогу створити цілісну достовірну базу даних
Трекінг багажу і вантажів	Надійне відстеження місця розташування вантажів і багажу пасажирів	- підвищення ефективності відстеження багажу; - забезпечення більшої прозорості, тим самим у пасажирів з'явиться можливість легко знайти свій багаж у будь-який момент часу
Миттєві платежі і смарт-контракти	Формування смарт-контрактів на блокчейні дає змогу створювати угоди, які виконуються автоматично під час виконання заданих в умові умов	- використання смарт-контрактів в авіаційній галузі може принести користь, коли потрібно виставляти рахунки між авіакомпаніями або між авіакомпаніями і туристичними агентствами, а також під час продажу страховок, оплати аеропортових зборів і податків
Додаткові послуги та розваги в польоті	Пропонування на борту різноманітного медіа-контенту та товарів	- можливість персоналізованого пропонування додаткових товарів та послуг
Затримка рейсів і компенсації	Автоматична виплата компенсації за допомогою блокчейна і смарт-контрактів у разі затримки рейсу	- скорочення часу на отримання нарахованої авіакомпанією компенсації
Митне очищення вантажів	прозорість транзакцій і можливість прив'язки до них відправника і одержувача	- прискорення обробки вантажів; - скорочення обсягів документації.

яка стає доступною уповноваженим органам під час проходження державного кордону, посадки на борт і в аеропортах. Біометрична ідентичність, на думку експертів, є одним із найпотужніших потенціалів блокчейна в частині зашифрованих записів параметрів авіапасажирів, включаючи голос, відбитки пальців, геометрію руки, райдужну оболонку ока, обличчя, ходи тощо. Це незамінне і постійне джерело для звірення біометричних даних є неймовірно потужним і, можливо, позбавить від необхідності пред'явлення паспортів, водійських прав та інших посвідчень особи і тим самим дасть змогу незаперечно ідентифікувати особу.

Програми лояльності та нарахування миль авіакомпанії вже протягом багатьох років використовують як «альтернативну валюту». Маючи повітряні милі в ланцюжку блокчейна, пасажирів зможуть швидко і безпечно оплачувати товари й послуги без зборів за обробку кредитних карт. Технологія блокчейн дає змогу клієнтам не лише збирати милі, а й купувати їх або акумулювати для придбання послуг.

Одна з головних сфер застосування блокчейна в авіації – дистрибуція квитків через агентську мережу. Можливості використання інноваційних технологій для підвищення ефективності комерційної діяльності авіапідприємств реалізуються шляхом продажу авіаквитків через блокчейн-платформи, які дають змогу

істотно оптимізувати бізнес-процеси, автоматизувати схеми взаєморозрахунку.

Компанія використовує так звані смарт-контракти, які забезпечують закриття угоди під час виконання певних умов. Блокчейн дає змогу спростити і зробити максимально прозорою роботу з агентами, які продають квитки. Час від продажу сегмента (квитка на одну людину в один кінець) агентом до отримання коштів авіакомпанією становить секунди, за стандартними процедурами це займає декілька днів за рахунок збільшення часу на листування, звірку, переказ коштів. Окрім того, агентам під час застосування блокчейна для роботи з авіакомпанією немає необхідності отримувати банківську гарантію або зберігати в авіакомпанії депозит для гарантії оплати за куплені квитки, оскільки система під час продажу квитка верифікує наявність коштів у агента на рахунках і тут же переводить їх авіакомпанії. Тобто це вдосконалений технологічний інструмент для прямої взаємодії між авіакомпанією та агентом, минаючи посередників.

Однією з проблем реалізації авіаквитків агентами є відсутність прямої роботи з авіакомпаніями, адже вони не мають коштів на внесення депозиту і не можуть отримати банківську гарантію. Таким чином, блокчейн дає змогу значно розширити агентську мережу і скорочувати дебіторську заборгованість авіакомпанії [3].

Інший напрям використання блокчейна спрямований на підвищення безпеки польотів, що є важливим чинником конкурентоспроможності транспортної послуги за рахунок накопичення та можливості доступу до повної інформації про технічне обслуговування літаків у цифровій формі, інформації про походження запчастин, час та результати регламентних робіт із технічного обслуговування, що зберігатиметься у хмарних сховищах та яку неможливо буде виправити чи знищити. Авіакомпанія може розробити спеціальну платформу для відстеження запчастин за допомогою блокчейна. Для цього необхідно підключити до платформи всі компанії, інформація яких необхідна для відстеження історії походження деталей, тобто виробників, авіакомпаній, провайдерів техобслуговування.

Накопичення інформації про технічне обслуговування, поточний та капітальний ремонт, включаючи відстеження життєвого циклу повітряного судна по ланцюжку блоків транзакцій, гарантуватиме законність і якість кожної закупленої деталі, міститиме достовірну інформацію про її походження, здійснення всіх регламентних робіт, поточного та міжресурсного технічного обслуговування.

Поточна система обслуговування повітряного руху та оплати польотів здійснюється сьогодні шляхом узгодження із владою планів польотів, складання розкладу, розподілу слотів тощо. Ці процедури формалізовані, займають багато часу і не виключають помилок залежно від інформації і ресурсів, доступних авіакомпанії. За допомогою блокчейна дані плану польоту можна кодувати і відправляти стосовно кожного рейсу, а відповідні платежі розраховувати й перераховувати автоматично. Той самий принцип можна застосовувати й у разі зборів за посадку, коли авіакомпанія отримує інформацію про злітно-посадкову смугу та термінали і перераховує платіж автоматично через ланцюжок блоків транзакцій.

Однією з перших упровадила систему блокчейна авіакомпанія S7, яка почала розроблення платформи та системи блокчейна ще в 2017 р. й упровадила її у 2020 р. Блокчейном також займається найбільша авіаційна група в Європі – Lufthansa Group. У жовтні 2017 р. Lufthansa повідомляла, що вона найняла швейцарську компанію Winding Tree для розроблення b2b-платформи за технологією блокчейн, завдяки впровадженню якої будь-які агенти незалежно від розміру та досвіду, отримуватимуть прямий доступ до систем бронювання авіакомпаній і готелів, уникаючи тим самим посередників [3].

Lufthansa також розробляє платформу для техобслуговування літаків. Із 2016 р. компанія запустила ініціативу Blockchain for Aviation (BC4A), щоб накопичувати досвід і фіксувати можливості з використання технології блокчейн в авіації, основною метою якої є об'єднання всіх можливих учасників і спільне вивчення потенціалу цієї технології, ці розробки цікаві для виробників літаків, надавачів послуг із ремонту та обслуговування суден, розробників програмного забезпечення, логістичних компаній, орендодавців і регуляторів.

Підвищення якості надання авіатранспортної послуги також можливе за рахунок спрощення відстеження багажу. Пасажир позбавляється необхідності чекати свої речі у стрічки і шукати стійку своєї авіакомпанії, а перевізники зможуть відстежувати обробку

багажу за одним блок-ланцюжком, який буде доступний і пасажиру. Ця технологія дасть змогу пасажиру відстежувати наявність багажу в літаку в режимі реального часу.

Для підвищення ефективності маркетингової діяльності авіакомпанії найбільше значення у використанні блокчейн-технології має можливість оперативного використання та накопичення повної й достовірної інформації про авіапасажирів, їх поїздки, накопичені милі, використовуючи цю інформацію для найбільш повного їх задоволення, надання додаткових послуг та сервісів, інших можливостей цілеспрямованого впливу на споживачів.

Хоча вдосконалена ідентифікація пасажирів вважається головною перевагою блокчейна, авіакомпанії та аеропорти розглядають й інші плюси від його використання. «За заявами авіакомпаній, вони очікують, що нова технологія забезпечить переваги у створенні пасажирських токенів для програм часто літаючих пасажирів (34%) і електронних квитків (31%). IT-директора аеропортів потенційними вигодами від блокчейна називають відстеження стану майна, наприклад багажу (28%), і операційну ефективність (24%)» [3].

Проте не всі керівники авіакомпаній вважають дану технологію перспективною, адже блокчейн ефективний у розподілених системах, де необхідна верифікація транзакцій, причому розподілення верифікації досягається за рахунок великих ресурсів на обробку, чому іноді навіть знижується швидкість транзакцій. Але в авіації швидкість реакції і мінімізація ресурсів важливіше розподілення верифікації.

Незважаючи на явні переваги даної технології, існує багато перешкод, що заважають активному розвитку її впровадження, зокрема в авіації це:

- необхідність сформованої інфраструктури, яка передбачає участь безлічі контрагентів, які можуть бути не зацікавлені в оприлюдненні своєї інформації та спільному доступі до неї;
- відсутність значного досвіду розроблення та використання інноваційних цифрових технологій;
- відсутність готових технологічних рішень для авіапідприємств;
- недостатність спеціалістів у сфері розроблення блокчейн-рішень та висока вартість розробки;
- складність визначення точної ефективності технологій блокчейн.

Висновки. В авіаційній галузі якість та конкурентоспроможність транспортного продукту залежать від безлічі підприємств-партнерів, потоків інформації, управлінських рішень, що перешкоджає швидкому і безперервному обміну інформацією у складній системі учасників та ефективності управління. Блокчейн-технологія може допомогти вирішити цю проблему за рахунок децентралізації, прозорості, високого рівня безпеки і швидкості. Виявлені в процесі дослідження тенденції вимагають від керівництва авіатранспортних підприємств розроблення й упровадження сучасних інноваційних блокчейн-технологій, що дадуть змогу не лише адаптуватися до поточних ринкових умов, а й використовувати ці розробки для створення конкурентних переваг. Таким чином, авіакомпанії зможуть передбачити проблеми та зриви, які можуть загрожувати їхній бізнес-моделі, та розробити програму заходів з їх попередження.

Список використаних джерел:

1. Blockchain in aviation exploring the fundamentals, use cases, and industry initiatives. White paper. October 2018. URL: <https://www.iata.org/contentassets/2d997082f3c84c7cba001f506edd2c2e/blockchain-in-aviation-white-paper.pdf>.
2. Future of Airline Industry 2035. URL: <https://www.iata.org/policy/Documents/iata-future-airline-industry.pdf>.
3. S7 Group одной из первых в мире среди авиакомпаний начала внедрять блокчейн. URL: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2018/05/03/768393-s7-blokchein>.

References:

1. Blockchain in aviation exploring the fundamentals, use cases, and industry initiatives. White paper. October 2018. Available at: <https://www.iata.org/contentassets/2d997082f3c84c7cba001f506edd2c2e/blockchain-in-aviation-white-paper.pdf>.
2. Future of Airline Industry 2035. Available at: <https://www.iata.org/policy/Documents/iata-future-airline-industry.pdf>.
3. S7 Group odnoi iz pervih v mire sredi aviakompanyi nachala vnedryat blokchein [Group was one of the first airlines in the world to introduce a blockchain]. Available at: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2018/05/03/768393-s7-blokchein>.

УДК 658.310.7

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/162-15>**Костирко А. Г.**

кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри обліку і оподаткування,
Миколаївський національний аграрний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2043-1348>

Живченко К. В.

здобувач вищої освіти,
Миколаївський національний аграрний університет

Фурдуй К. О.

здобувач вищої освіти,
Миколаївський національний аграрний університет

Kostyrko Alla, Zhyvchenko Karyna, Furdui Karyna
Mykolayiv National Agrarian University

КАДРОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Процеси глобалізації посилюють конкурентну боротьбу між суб'єктами підприємництва, що спонукає їх до пошуку новітніх методів і технологій підвищення ефективності своєї діяльності. Встановлено, що ефективна логістика забезпечує адаптацію підприємства до ринкових умов і досягнення переваг над конкурентами. Визначено, що впровадження логістики у господарську діяльність підприємств повинно здійснюватися з використанням системного підходу, який ґрунтується на формуванні комплексу забезпечуючих підсистем та їх ефективному функціонуванні, однією із яких виступає підсистема кадрового забезпечення. Встановлено, що кадрове забезпечення логістичної діяльності підприємств базується на скоординованих зусиллях замовників фахівців відповідної кваліфікації, професійних організацій, постачальників освітніх послуг та державних структур, від яких залежить розвиток логістики та її ефективність.

Ключові слова: конкуренція, логістична діяльність, конкурентні переваги, мінімізація витрат, кадрове забезпечення

STAFFING OF LOGISTICS ACTIVITIES OF THE ENTERPRISE

The processes of globalization intensify the competition between business entities, which encourages them to seek new methods and technologies to improve the efficiency of their activities. It is established that efficient logistics ensures adaptation of the enterprise to market conditions and achieving an advantage over competitors. It is determined that the introduction of logistics in the economic activity of enterprises invites to join using a systematic approach. It is based on the formulation of the complex of consumers of the subsystem and their functioning functions. The driving force at the enterprise has always been labor resources. Therefore, the staffing subsystem is quite important. In this regard, the study was to identify key areas of staffing logistics activities of enterprises by increasing its efficiency and adaptation to modern business conditions. In general, the staffing has the following structures: training; personnel selection; motivation and stimulation of staff. In the process of training, you can focus on the ability to navigate logistics, levels of English language proficiency, external and internal academic mobility of higher education seekers, employees of educational institutions from external stakeholders. The issue of acquiring soft skills by future specialists, which help to find a common language with different people, to agree with them, to argue one's position and to add content to others, is relevant. In addition, flexible navigation programs help you work with information and be in your professions in the future. Recruitment offers the search for candidates through recruitment agencies, labor exchanges, staff recommendations, cooperation with educational institutions. Motivation and stimulation of staff has monetary and non-monetary forms. Cash incentives have a negative but short-term impact on staff performance. Non-monetary motivations, on the other hand, provide a lasting and lasting positive impact on the quality of people's work. It is established that the staffing of logistics activities of enterprises is based on the coordinated efforts of customers with appropriate qualifications, professional organizations, organizers of national services and government agencies, through the development of logistics.

Keywords: competition, logistics, competitive advantages, cost minimization, staffing.

JEL classification: D24, M21, M51, M52

Постановка проблеми. Глобалізаційні процеси в економіці посилюють дію законів ринкових відносин. В умовах жорсткої конкурентної боротьби суб'єкти господарювання прагнуть отримати переваги серед конкурентів своєї сфери діяльності. Таке прагнення спонукає до пошуку нових методів і підходів в управлінні підприємством. Важливу роль у підвищенні ефективності управління відіграє реалізація концепції логістичної системи, яка має значний позитивний досвід. Проте не всі підприємства отримують позитивний ефект від сформованої логістичної системи. Тому

постає питання виявлення чинників, які гальмують реалізацію її можливостей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Пошук внутрішніх резервів підвищення конкурентоспроможності підприємства був і залишається серед пріоритетних напрямів дослідження наукової спільноти. Логістика, яка показала свою ефективність, ще більше підтверджує свою необхідність у наш час. Теоретичним і практичним аспектам розвитку логістики приділяли увагу багато вітчизняних науковців, таких як Л.В. Балабанова, О.А. Бугуцький, О.М. Варченко, С.М. Дімар-

чук, І.Г. Клімова, В.А. Колодійчук, Є.В. Крикавський, Т.В. Косарева, В.В. Писаренко, Ю.В. Пономарьова, Р.Р. Ларіна, Г.Р. Руденко, Л.В. Фролова, Н.І. Чухрай та інші. Ними обґрунтовано сутність логістики, її становлення та перспективи використання логістичного підходу у системі менеджменту. Результати досліджень займають чинне місце в сучасній теорії логістики, а реалізація обґрунтованих дослідниками рекомендацій дає можливість підвищити ефективність логістичної діяльності суб'єктів підприємництва. Проте більшій увазі потребує дослідження кадрового забезпечення служби логістики як вирішального чинника її дієвості.

Мета статті полягає у визначенні ключових напрямів кадрового забезпечення логістичної діяльності підприємств із метою підвищення її ефективності й адаптації до сучасних умов господарювання.

Виклад основного матеріалу. Сфера підприємницької діяльності нині все більше підтримує ідею мінімізації витрат і шукає можливості її реалізації. Це має об'єктивне пояснення: більшість товарів має майже однакові властивості, приблизно однакові ціни і часто вироблені на одних і тих же заводах. І єдиний шанс вижити в цій наджорсткій конкуренції – економити. За підрахунками фахівців, у розвинених компаніях скорочення так званих логістичних витрат на 1% еквівалентно майже 10% збільшення обсягів продажу [1].

Використання логістики вже давно вийшло за межі окремого суб'єкта господарювання. А її ефективність визначається також і на рівні держави. З метою визначення викликів і можливостей кожної країни у цій сфері Світовим Банком проводяться дослідження, за результатами яких кожні два роки формується рейтинг країн світу за Індексом ефективності логістики (LPI).

За даними, отриманими під час порівняння значень показника ефективності логістики за період 2007–2014 рр., LPI в Україні зростає швидше, ніж регіональне значення у Європі, Центральній Азії та середньосвітове значення. Так, в Україні LPI з 2007 до 2014 р. збільшився з 2,55 до 2,98 (+16,86%), значення LPI у регіоні Європи та Центральної Азії збільшилося з 2,46 до 2,76 (+12,2%), а в середньому у світі значення показника збільшилося з 2,74 до 2,89 (+5,47%). У 2018 р. значення показника ефективності логістики по Україні збільшилося до 2,83 (+3,28%). При цьому за той же період спостерігається зменшення значення LPI у регіоні Європи та Центральної Азії на 31,3%, що становить 2,46, а значення у світі зменшилося на 0,34% та становило у 2018 р. 2,87. У 2018 році Україна піднялась на 14 пунктів порівняно з 2016 р. і зайняла 66 місце у рейтингу серед 160 країн [2, 3, 4, 5]. З формуванням першого Звіту Світового Банку глобальна логістика досить змінилася. Формування рейтингу за LPI мотивує країни до реформування у цій сфері. Таким чином, це підтверджує підвищення уваги до логістичної діяльності.

Нині Всесвітнім економічним форумом задекларовані такі вісім мегатрендів, які стануть рушієм логістики [2]:

1. Дефіцит навичок логістики.
2. Реструктуризація глобальних ланцюжків вартості.



Рис. 1. Забезпечуючі підсистеми логістичної діяльності

Джерело: побудовано авторами з використанням [6]

3. Ризик постачання та відновлення (стійкість).
4. Цифрове перетворення ланцюжків постачань.
5. Стійкість ланцюжків постачань.
6. Електронна комерція, яка стимулює ланцюжки попиту.

7. Власність та інфраструктура логістики.
8. Спільні бізнес-моделі.
З метою підвищення ефективності логістичної діяльності такі напрями є актуальними і для підприємств України.

Використання системного підходу до впровадження логістики в господарську діяльність підприємства диктує необхідність формування комплексу забезпечуючих підсистем та їх подальшого розвитку з метою підтримки підвищення ефективності логістичної діяльності на підприємстві. При цьому ефективність логістичної діяльності не обмежується окремими показниками, а потребує формування та розвитку всіх забезпечуючих підсистем (рис. 1) [6].

Беззаперечним є той факт, що рушійною силою розвитку й ефективного господарювання підприємства є його трудові ресурси. Активізація людського фактору є одним із стратегічних напрямів підприємства. У зв'язку із зазначеним доцільно визначити складники кадрового забезпечення логістичної діяльності підприємства (рис. 2).

Якість професійної підготовки фахівця з логістики визначається ступенем відповідності рівня його підготовки професійним вимогам, які пред'являються до нього як до фахівця сучасними економічними умовами, ринком праці, роботодавцями. Така підготовка повинна передбачати не тільки набуття та вдосконалення професійних знань і умінь, а і засвоєння нових норм суспільного життя, що дасть змогу випускнику успішно адаптуватися до умов ринку, сприятиме його подальшій професійній самореалізації, забезпечить ефективну професійно спрямовану взаємодію фахівця з навколишнім соціальним середовищем. Водночас навчання у закладі вищої освіти не гарантує конкурентоспроможності випускників на ринку праці. Саме тому



Рис. 2. Складники кадрового забезпечення логістичної діяльності

Джерело: розроблено авторами

сьогодні все популярнішим стає термін Employability (придатність до працевлаштування), який характеризує сукупність знань, умінь, навичок, володіння підходами для вирішення виробничої ситуації, а також здатність і бажання до неперервного вдосконалення та професійного розвитку [7].

Майбутні фахівці у сфері логістики мають здобути навички логічного мислення та вміння швидко знаходити вирішення будь-якого питання, оволодіти математичними та економічними знаннями і, звичайно ж, розумінням основних законів бізнесу як у глобальному, так і в прикладному сенсі. Також актуальним є питання набуття Soft skills, які допомагають знайти спільну мову з різними людьми, вміти з ними домовлятися, аргументувати свою позицію і вміти довести її до інших. Крім того, гнучкі навички допомагають працювати з інформацією і впевнено почуватися у своїй професії.

Забезпечення освітою відповідного рівня у галузі логістики є важливим, але водночас проблематичним із низки причин, зокрема: занадто широкий спектр робіт і завдань на різних рівнях логістичних операцій; багато логістичних завдань виконується в межах власної господарської діяльності, а не як складник комерційних послуг; багато завдань важко визначити в межах професії; визначення професійних навичок або вимоги до них часто є проблематичними; негнучкі навчальні програми швидко застарівають; занадто жорсткі вимоги можуть вилитися в перешкоди для вступу на навчання та підвищення витрат на логістичних операціях та в галузі загалом [8].

У процесі підбору персоналу, на думку експертів кадрового ринку, перелік вимог до кандидата на посаду у відділ логістики залежить насамперед від масштабу, організаційної структури компанії, від того, що очікує від фахівця роботодавець. Проте виділяють низку формальних критеріїв, які виявляються важливими під час прийняття на роботу логіста, таких як: сфера, у якій працював кандидат; кількість відособлених від центру структур (філії, складські приміщення тощо), якими управляв здобувач на керівну посаду відділу логістики або заступник директора з відповідного напрямку; вміння ефективно взаємодіяти з IT-відділом з питань розроблення і впровадження інформаційних систем; професійний тип здобувача [9].

Враховуючи те, що нині ринок праці дуже великий, з відносно дешевою робочою силою, багатьом підприємствам вигідніше мати свою службу логістики, ніж платити стороннім організаціям за надані логістичні послуги.

Не менш важливою складовою частиною є мотивація і стимулювання персоналу. Використання аналітичної оцінки ефективності логістичної системи з метою зміни моделі оплати праці логістів матиме стимулюючий ефект. При цьому усі складники винагороди повинні бути чітко збалансованими, прозорими і зрозумілими для працівників. Грошові заохочення мають негайний, але короточасний вплив на роботу персоналу. Негрошові мотивації, навпаки, забезпечують стійкий та тривалий позитивний вплив на якість роботи людей. Для ефективних відносин підлеглих і керівників логістики підлеглим важливо знати, на що

мотивований їх керівник. Також для підвищення взаєморозуміння на підприємстві важливими є щотижневі зустрічі для обміну цифрами, дедлайнами, знаннями, емоціями; оперативна реєстрація завдань; персональні зустрічі для обміну в тому числі несистемною інформацією: ідеями, емоціями тощо.

З метою підвищення якості логістичного сервісу важливою для підприємства є система навчання персоналу. З цією метою можна використати різні навчальні форми та методи залежно від змісту роботи, а саме: для вивчення стандартів – тренінги зі стандартів обслуговування для новачків, майстер-класи з використанням відеоматеріалів для досвідчених співробітників, індивідуальне наставництво для відстаючих співробіт-

ників; для вивчення технічної інформації про товар/послугу – лекції з основних груп товару з використанням каталогів, регулярні доповіді бренд-менеджерів компанії для презентації новинок, залучення навчальних ресурсів виробників/постачальників [10].

Висновки. Зазначимо, що кадрове забезпечення логістичної діяльності підприємств базується на скоординованих зусиллях замовників фахівців відповідної кваліфікації, професійних організацій, постачальників освітніх послуг та державних структур, від яких залежить розвиток логістики та її ефективність. Ефективна логістика забезпечує адаптацію підприємства до ринкових умов і досягнення переваг над конкурентами.

Список використаних джерел:

1. Логістик: історія питання. *Education.ua* : веб-сайт. URL: <https://www.education.ua/ua/articles/426> (дата звернення: 13.12.2020).
2. Максимова О.С., Темченко Г.В., Бондарчук О.М. Дослідження сутності, місця та ролі логістичної системи України у світі. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 33. С. 96–102.
3. Петрик І.В., Бочко О.Ю. Вимірювання ефективного функціонування логістики в Україні із застосуванням *Logistics Performance Index*. *Економіка і суспільство*. 2017. № 9. С. 574–581.
4. The World Bank. Logistics Performance Index. URL: <https://lpi.worldbank.org/international> (дата звернення: 01.12.2020).
5. Connecting to Compete 2018 Trade Logistics in the Global Economy. The Logistics Performance Index and Its Indicators (2018). URL: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/29971/LPI2018.pdf> (дата звернення: 10.12.2020).
6. Руденко Г.Р. Підвищення ефективності логістичної діяльності на підприємствах. *БІЗНЕСІНФОРМ*. 2011. № 9. С. 187–190.
7. Кубанов Р.А. Якість професійної підготовки майбутнього фахівця з логістики. *Логістика майбутнього: ефективні рішення для торгівлі* : матеріали наук.-практ. інтернет-конф., м. Київ, 13 березня 2019 р. Київ, 2019. С. 17–19.
8. Стратегія сталої логістики та План дій для України (проект для розгляду). URL: <https://mtu.gov.ua/files/Logistics.pdf> (дата звернення: 10.12.2020).
9. Носіков О. Кадрова логіка для служби логістики. Консультант кадровика. URL: <https://kadrhelp.com.ua/kadrova-logika-dlya-sluzhbi-logistiki> (дата звернення: 12.12.2020).
10. Шарчук Т.В. Кадрове забезпечення логістичного обслуговування у сфері експлуатації складнотехнічних товарів. URL: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/34270/1/79_513-519.pdf (дата звернення: 12.12.2020).

References:

1. Lohistyky : istoriia pytannia. Education.ua (2020). Web-site. Available at: <https://www.education.ua/ua/articles/426> (accessed 13 December 2020).
2. Maksymova O.S., Temchenko H.V., Bondarchuk O.M. (2019) Doslidzhennia sutnosti, mistsia ta roli lohistychnoi systemy Ukrainy u sviti [Research of the essence, place and role of the logistics system of Ukraine in the world]. *Infrastruktura rynku*, vol. 33, pp. 96–102.
3. Petryk I.V., Bochko O.Yu. (2017) Vymiryuvannia efektyvnoho funktsionuvannia lohistyky v Ukraini iz zastosuvanniam Logistics Performance Index [Measuring the effective functioning of logistics in Ukraine using the Logistics Performance Index]. *Ekonomika i suspilstvo*, no. 9, pp. 574–581.
4. Logistics Performance Index. The World Bank (2020). Official web-site. Available at: <https://lpi.worldbank.org/international> (accessed 01 December 2020).
5. Connecting to Compete 2018 Trade Logistics in the Global Economy. The Logistics Performance Index and Its Indicators (2018). Available at: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/29971/LPI2018.pdf> (accessed 10 December 2020).
6. Rudenko H.R. (2011) Pidvyshchennia efektyvnosti lohistychnoi diialnosti na pidpriemstvakh [Improving the efficiency of logistics activities at enterprises]. *BIZNESINFORM*, no. 9, pp. 187–190.
7. Kubanov R.A. (2019) Yakist profesiinoi pidhotovky maibutnoho fakhivtsia z lohistyky [Quality of professional training of the future logistics specialist]. *Proceedings of the Lohistyka maibutnoho: efektyvni rishennia dlia torhivli* (Ukrainian, Kiev, 13 March, 2019), Kiev, pp. 17–19.
8. Stratehiia staloi lohistyky ta Plan dii dlia Ukrainy (proekt dlia rozghliadu) [Sustainable Logistics Strategy and Action Plan for Ukraine (draft for consideration)]. Available at: <https://mtu.gov.ua/files/Logistics.pdf> (accessed 10 December 2020).
9. Nosikov O. (2014) Kadrova lohika dlia sluzhby lohistyky [Personnel logic for logistics service]. *Konsultant kadrovyyka*. Available at: <https://kadrhelp.com.ua/kadrova-logika-dlya-sluzhbi-logistiki> (accessed 12 December 2020).
10. Sharchuk T.V. Kadrove zabezpechennia lohistychnoho obsluhovuvannia u sferi ekspluatatsii skladnotekhnichnykh tovariv [Staffing of logistics services in the field of operation of complex technical goods]. Available at: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/34270/1/79_513-519.pdf (accessed 12 December 2020).

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

УДК 351

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/162-16>**Грицишен Д. О.**

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри економічної безпеки,
публічного управління та адміністрування,
Державний університет «Житомирська політехніка»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5484-6421>

Прокопенко Ж. В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічної безпеки,
публічного управління та адміністрування,
Державний університет «Житомирська політехніка»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1844-5329>

Савіцький В. В.

аспірант кафедри обліку і аудиту,
Державний університет «Житомирська політехніка»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4475-523X>

Опанасюк А. А.

здобувач кафедри інформаційних систем в управлінні та обліку,
Державний університет «Житомирська політехніка»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2685-9468>

**Grytsyshen Dymytrii, Prokopenko Zhanna,
Savitsky Vladyslav, Opanasyuk A.**
Zhytomyr Polytechnic State University

ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНИХ РЕСУРСІВ У ГОСПОДАРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ АУДИТОРСЬКИХ ФІРМ ЯК СУБ'ЄКТІВ ВІЯВЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ЗЛОЧИНІВ

У статті встановлено, що вивчення проблеми управління економічними ресурсами пов'язане з постійною зміною економічної ситуації, значним ростом конкуренції між суб'єктами господарювання за ринки ресурсів і ринки збуту готової продукції. Виявлено особливості формування економічних ресурсів аудиторських фірм. Установлено, що ключовим ресурсом господарської діяльності аудиторської фірми є трудові ресурси, що формують кадровий потенціал та визначають якість аудиторської послуги. Визначено, що від якості аудиторської послуги залежить ефективність функціонування суб'єкта аудиторської діяльності як суб'єкта зовнішнього незалежного фінансового контролю в контексті виконання відповідних суспільних функцій та як суб'єкта господарювання, основною метою якого є отримання прибутку. Виявлено, що від ефективності використання та формування економічних ресурсів аудиторською фірмою залежать усі ефекти, що пов'язані з її функціонуванням. Доведено, що обидва складники є взаємопов'язаними між собою, а не виключають одне одного. Окреслено, що якість аудиту фінансової звітності визначає репутацію компанії, а отже, її клієнтський капітал, що в результаті визначає доходи діяльності аудиторської компанії. Зазначено вказує, що пріоритетними об'єктами управління, а отже, економічного аналізу та бухгалтерського обліку, є: фінансовий потенціал, кадровий потенціал, клієнтський капітал, репутаційний капітал. Усі зазначені види потенціалу та капіталів є взаємопов'язаними між собою та формують якість аудиторської послуги як із позиції отримання фінансових результатів, так і з позиції виконання покладених на аудит суспільних функцій як інструменту незалежного фінансового контролю. Виявлено, що сьогодні питання аналітичної оцінки вказаних об'єктів є недостатньо розробленим, адже наявні підходи не враховують усієї специфіки діяльності аудиторських фірм, що й визначає перспективи подальших наукових досліджень.

Ключові слова: економічні ресурси, суб'єкти, аудит, аудиторські фірми, економічні злочини.

EVALUATION OF ECONOMIC RESOURCES IN ECONOMIC ACTIVITY OF AUDITING FIRMS AS SUBJECTS OF DEVELOPMENT OF ECONOMIC CRIMES

The article finds that the study of the problem of economic resource management is associated with the constant change of the economic situation, a significant increase in competition between economic entities for resource markets and markets for finished products. Peculiarities of formation of economic resources of audit firms are revealed. It is established that the key resource of economic activity of the audit firm is the labor resources that form the human resources and determine the quality

of the audit service. It is characterized that the quality of the audit service depends on the effectiveness of the audit entity as an entity of external independent financial control in the context of the relevant public functions and as a business entity whose main purpose is to make a profit. It was found that the efficiency of use and formation of economic resources by the audit firm depends on all the effects associated with its operation. It has been proven that both components are interconnected and not mutually exclusive. In addition, it is outlined that the quality of the audit of financial statements determines the reputation of the company, and hence its client capital, which in turn determines the income of the audit company. Accordingly, this indicates that the priority objects of management, and hence economic analysis and accounting are the following: financial potential, human resources, customer capital, reputational capital. All these types of potential and capital are interconnected and form the quality of the audit service both from the standpoint of obtaining financial results and from the standpoint of performing the public functions assigned to the audit as an instrument of independent financial control. It was found that to date, the issue of analytical assessment of these objects is not sufficiently developed, because the existing approaches do not take into account the specifics of the activities of audit firms, which determines the prospects for further research.

Keywords: economic resources, subjects, audit, audit firms, economic crimes.

JEL classification: M41, M42

Постановка проблеми. Ресурси в діяльності підприємств різних галузей національної економіки посідають найважливіше місце. Економічний механізм регулювання величини витрат виробничих ресурсів має базуватися на аналізі ресурсовикористання, який дає можливість передбачити кінцеві результати виробничо-комерційного циклу [1]. Це актуалізує питання економічного аналізу економічних ресурсів, особливо в господарській діяльності аудиторських фірм.

Аудиторська фірма пов'язана з виконанням особливих суспільних функцій як суб'єкт незалежного фінансового контролю. Це, своєю чергою, визначає специфічну увагу зацікавлених сторін до діяльності аудиторської фірми. Своєю чергою, ефективність діяльності як суб'єкта господарювання та як суб'єкта незалежного фінансового контролю залежить від використання економічних ресурсів. Якість аудиту фінансової звітності визначає репутацію компанії, а отже, її клієнтський капітал, що в результаті визначає доходи діяльності аудиторської компанії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання економічних ресурсів підприємств розглядалися такими вітчизняними та зарубіжними вченими, як: А.Н. Азриліян, І.Г. Бережній, В.Н. Маргелов, Г.А. Петров, В.І. Семенов, М.І. Беляєв, І. Бернар, Ж.-К. Коллі, А.Б. Борисов, Б.В. Брикін, Т.Б. Брикіна, Н.Д. Еріашвілі, С.В. Захаров, А.І. Бутук, І. Вовк, С.М. Гончаров, Н.Б. Кушнір, А.Г. Загородній, Г.Л. Вознюк, Т.С. Смовженко, В.Г. Золотогоров, А. Зуб, Н.М. Зубко, В.М. Ковальчук, В. Коноплицький, Г. Філіна, В.А. Коноплінська, Я.С. Ларіна, С.В. Мочерний, О.А. Устенко, С.І. Юрій, І.В. Ліпсіц, Л.І. Лопатников, Ю.П. Майданевич, С.О. Микитюк, С.І. Ожегов, Н.Ю. Шведова, В.В. Острошенко, В.П. Пантелєєв, О.С. Сніжко, Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовський, Е.Б. Стародубцева, І.І. Санжаревський, О. Сліпушко, Дж. Харінгтон, М.Н. Чепурін, Е.А. Кисельова, Maigorzata Stanek, Katarzyna Kieljan та ін. Зазначені вчені більшою мірою піднімали питання управління ресурсним потенціалом підприємств сфери виробництва, проте без уваги залишили підприємства сфери послуг, особливо консалтингу та аудиту фінансової звітності.

Виклад основного матеріалу. «Рациональне формування, залучення та використання економічних ресурсів є провідним чинником забезпечення конкурентоспроможності суб'єкта господарювання на ринку. Стрибокподібний розвиток світової економіки, по чергове нарощування та спадання темпів виробництва призводить до необхідності вирішення проблеми ефективного управління економічними ресурсами в умовах неоднозначності та асиметричності економічної інфор-

мації, яку отримують користувачі» [2]. «Майбутня економічна вигода підприємства, елементи створюваної ним доданої вартості, закладені в об'єктах ресурсів, визначають потенціал, що дає можливість створювати майбутні результати діяльності підприємства. Реалізація можливостей ресурсного потенціалу здійснюється через показники господарювання підприємства» [3]. Уважаємо, що в даному разі яскраво прослідковується закон синергії, оскільки ресурси обмежені як у кількісному, так і в якісному напрямках, відповідно, від їх поєднання, способу та порядку використання, механізмів управління ними підприємство може отримати різні фінансові результати [4; 5].

У даному дослідженні надамо характеристику зазначених ресурсів із позиції економічного аналізу.

Розглянемо особливості ресурсів за їх складом:

– *матеріальні ресурси.* До матеріальних ресурсів аудиторської компанії відносять оборотні та необоротні матеріальні активи аудиторської фірми. Аналізуючи дані балансу аудиторських компаній, нами отримано результати за такими об'єктами, як незавершене будівництво, основні засоби та виробничі запаси (табл. 1). Зокрема, проаналізовано показники динаміки оборотних та необоротних матеріальних активів.

Проведений аналіз динаміки оборотних та необоротних матеріальних активів на досліджуваних підприємствах указує на такі результати:

– збільшення показника незавершеного будівництва спостерігається лише на одному підприємстві, а саме на ПрАТ «Делойтэнд Туш Юкрейніан Сервісез Компані»;

– збільшення розміру залишкової вартості основних засобів зафіксовано на трьох досліджуваних підприємствах: на ПрАТ «Делойтэнд Туш Юкрейніан Сервісез Компані», на наПрАТ «Аудиторська фірма «Аналітик», на ПрАТ Аудиторська фірма «Де Візу»;

– суттєве збільшення показника виробничих запасів у 2017 р. зосереджено на ПрАТ «Делойтэнд Туш ЮкрейніанСервісезКомпані» та на ПрАТ «Аудиторська фірма «Аналітик».

Стан коефіцієнту придатності основних засобів за досліджуваний період задовільний, дана тенденція свідчить про гарний технічний стан основних засобів на всіх досліджуваних підприємствах:

– *нематеріальні ресурси.* Нематеріальні ресурси аудиторських фірм є якісно новим видом ресурсів, що пов'язаний із науково-технічним прогресом та розвитком інформаційної економіки. Нематеріальні активи пов'язані з використанням програмного забезпечення в ході аудиту фінансової звітності, супутніх аудитор-

Таблиця 1

Характеристика матеріальних ресурсів аудиторських фірм

Показник	Період			Абсолютне відхилення		Відносне відхилення	
	2015	2016	2017	16/15	17/16	16/15	17/16
ПрАТ «Делойтєнд Туш ЮкреїніанСервісєзКомпані»							
Дані фінансової звітності							
Незавершене будівництво	160,00	115,00	1618,00	-45,00	1503,00	-28,13	1306,96
Основні засоби							
залишкова вартість	7333,00	9112,00	21661,00	1779,00	12549,00	24,26	137,72
первісна вартість	19647,00	23655,00	41068,00	4008,00	17413,00	20,40	73,61
знос	12314,00	14543,00	19407,00	2229,00	4864,00	18,10	33,45
Виробничі запаси	4,00	15,00	43,00	11,00	28,00	275,00	186,67
Аналітичні розрахунки							
Коефіцієнт зношеності	0,63	0,61	0,47	-0,02	-0,14	-3,17	-22,95
Коефіцієнт придатності	0,37	0,39	0,53	0,02	0,14	5,41	35,90
ПрАТ «КПМГ АУДИТ»							
Дані фінансової звітності							
Незавершене будівництво	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Основні засоби							
залишкова вартість	15576,00	13779,00	13310,00	-1797,00	-469,00	-11,54	-3,40
первісна вартість	21756,00	23497,00	26853,00	1741,00	3356,00	8,00	14,28
знос	6180,00	9718,00	13543,00	3538,00	3825,00	57,25	39,36
Виробничі запаси	99,00	0,00	0,00	-99,00	0,00	-100,00	діл.на 0
Аналітичні розрахунки							
Коефіцієнт зношеності	0,28	0,41	0,50	0,13	0,09	46,43	21,95
Коефіцієнт придатності	0,72	0,59	0,50	-0,13	-0,09	-18,06	-15,25
ПрАТ «Аудиторська фірма «Аналітик»							
Дані фінансової звітності							
Незавершене будівництво	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Основні засоби							
залишкова вартість	499,60	2417,50	4242,80	1917,90	1825,30	383,89	75,50
первісна вартість	1468,30	3403,80	5238,30	1935,50	1834,50	131,82	53,90
знос	968,7 0	986,30	995,50	17,60	9,20	1,82	0,93
Виробничі запаси	26,90	13,70	39,30	-13,20	25,60	-49,07	186,86
Аналітичні розрахунки							
Коефіцієнт зношеності	0,66	0,29	0,19	-0,37	-0,10	-56,06	-34,48
Коефіцієнт придатності	0,34	0,71	0,81	0,37	0,10	108,82	14,08
ПрАТ «ЕРНСТ ЕНД ЯНГ УКРАУДИТ»							
Незавершене будівництво	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	діл.на 0	діл.на 0
Основні засоби							
залишкова вартість	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	діл.на 0	діл.на 0
первісна вартість	0,90	0,90	0,90	0,00	0,00	0,00	0,00
знос	0,90	0,90	0,90	0,00	0,00	0,00	0,00
Виробничі запаси	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	діл.на 0	діл.на 0
Аналітичні розрахунки							
Коефіцієнт зношеності	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Коефіцієнт придатності	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	діл.на 0	діл.на 0
ПрАТ «Аудиторська фірма «Де Візу»							
Незавершене будівництво	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	діл.на 0	діл.на 0
Основні засоби							
залишкова вартість	337,00	258,00	1224,00	-79,00	966,00	-23,44	374,42
первісна вартість	754,00	751,00	1755,00	-3,00	1004,00	-0,40	133,69
знос	417,00	493,00	531,00	76,00	38,00	18,23	7,71
Виробничі запаси	4,00	279,00	95,00	275,00	-184,00	6875,00	-65,95
Аналітичні розрахунки							
Коефіцієнт зношеності	0,55	0,66	0,30	0,11	-0,36	20,00	-54,55
Коефіцієнт придатності	0,45	0,34	0,70	-0,11	0,36	-24,44	105,88

ських послуг та консалтингу, а також забезпечення кібербезпеки (інформаційної безпеки). Так, кожна аудиторська компанія розробляє під свою специфіку програмне забезпечення щодо застосування аудиторських процедур. Єдиних стандартів та вимог для такого роду програмного забезпечення не існує [7, с. 372].

У Звіті про прозорість компанії KPMG за 2018 р. сказано: «Оскільки дотримання умов конфіденційності наших клієнтів є дуже важливим для нас, ми впровадили цілу низку механізмів для забезпечення конфіденційності, включаючи Офіційну політику фірми, яка регулює терміни зберігання аудиторської робочої документації та всіх інших документів, пов'язаних із виконанням завдань з аудиту, оснований на вимогах Закону України «Про аудит

фінансової звітності та аудиторську діяльність», Міжнародного стандарту контролю якості 1 (МСКЯ 1), Міжнародних стандартів аудиту (МСА), правил Комісії з цінних паперів та бірж США (КЦПБ), інших застосовних вимогах і правилах іноземних регуляторів. У нас є чітко сформульована політика з питань інформаційної безпеки, яка охоплює широке коло питань. Окрім того, у KPMG діє Положення про захист персональних даних, що регулює процес поводження з особистими даними. Усі працівники ПрАТ «КПМГ АУДИТ» зобов'язані пройти навчальний курс за цією темою» [6].

Варто зауважити, що програмне забезпечення в аудиторській діяльності є важливим з позиції як застосування аудиторських

процедур та надання консалтингових послуг, так і збереження інформації. Варто також зауважити, що окремі аудиторські фірми в рамках консалтингу надають послуги із забезпечення кібербезпеки. Зокрема, аудиторська фірма «BDO в Україні» [8] пропонує свої клієнтам такі консалтингові послуги у сфері інформаційної безпеки: розроблення стратегії з кібербезпеки;

розроблення політики протидії кіберзагрозам; розроблення захищеної інфраструктури; нагляд за впровадженням комплексних проєктів; створення плану зі страхування кіберризиків; створення плану з навчання персоналу. У результаті вивчення балансу вище представлених фірм нами отримано такі результати (табл. 2)

Представлені дані вказують на позитивну динаміку щодо вартості нематеріальних активів аудиторських фірм;

– *фінансові ресурси*. Здебільшого представлені грошовими активами та джерелами залучення усіх економічних ресурсів аудиторської компанії. Окрім того, вагомі фінансові ресурси використовуються для підвищення кваліфікації та програмного забезпечення господарської діяльності [9]. Залишок грошових коштів на кінець звітного періоду представлено в табл. 3.

Дані, представлені в табл. 3, характеризують стан фінансових ресурсів аудиторських фірм у частині їх володіння грошовими коштами та їх еквівалентами й руху грошових коштів від операційної, інвестиційної, фінансової діяльності. На кінець звітного періоду збільшення показника грошових коштів у національній валюті серед досліджуваних підприємств зафіксовано на одному з підприємств, а саме у ПрАТ «Аудиторська фірма «Де Візу»;

– *трудові ресурси*. Вони є найголовнішим ресурсом аудиторської фірми, до якого висувається більшість вимог вітчизняного та міжнародного законодавства, що регулює аудит та аудиторську діяльність. Основним складником трудових ресурсів аудиторських фірм є сертифіковані аудитори. Відповідно до реєстру аудиторів та суб'єктів аудиторської діяльності, що оприлюднюється Аудиторською палатою України [10], сьогодні в країні зареєстровано 2 719 сертифікованих аудиторів. Серед них 510 не пов'язані з жодним суб'єктом аудиторської діяльності, 17 – фізичні особи – підприємці, а інші працюють в аудиторських компаніях, що зареє-

Таблиця 2

Характеристика нематеріальних ресурсів аудиторських фірм України

Показник	Період			Абсолютне відхилення		Відносне відхилення	
	2015	2016	2017	16/15	17/16	16/15	17/16
ПрАТ «Делойтєнд Туш ЮкрейніанСервісезКомпані»							
Дані фінансової звітності							
Нематеріальні активи							
- залишкова вартість	67,00	168,00	774,00	101,00	606,00	150,75	360,71
ПрАТ «КПМГ АУДИТ»							
Дані фінансової звітності							
Нематеріальні активи							
- залишкова вартість	48,00	14,00	345,00	-34,00	331,00	-70,83	2364,30
ПрАТ «Аудиторська фірма «Аналітик»							
Дані фінансової звітності							
Нематеріальні активи							
- залишкова вартість	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	діл. на 0	діл. на 0
ПрАТ «ЕРНСТ ЕНД ЯНГ УКРАУДИТ»							
Дані фінансової звітності							
Нематеріальні активи							
- залишкова вартість	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	діл. на 0	діл. на 0
ПрАТ Аудиторська фірма «Де Візу»							
Дані фінансової звітності							
Нематеріальні активи							
- залишкова вартість	893,00	911,00	630,00	18,00	-281,00	2,02	-30,85

Таблиця 3

Характеристика фінансових ресурсів аудиторських фірм

Показник	Період			Абсолютне відхилення		Відносне відхилення	
	2015	2016	2017	16/15	17/16	16/15	17/16
1	2	3	4	5	6	7	8
ПрАТ «Делойтэнд Туш ЮкрейніанСервісезКомпані»							
Дані фінансової звітності							
Грошові кошти та їх еквіваленти на кінець звітного періоду							
- у національній валюті	162106,00	191826,00	164080,00	29720,00	-27746,00	18,33	-14,46
- у т. ч. в касі	2,00	0,00	0,00	-2,00	0,00	-100,00	діл.на 0
- в іноземній валюті	162106,00	191826,00	164080,00	29720,00	-27746,00	18,33	-14,46
Рух грошових коштів							
Чистий рух коштів від операційної діяльності	91645,00	42468,00	-1906,00	-49177,00	-44374,00	-53,66	-104,49
Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	-4163,00	-20597,00	-32360,00	-16434,00	-11763,00	394,76	57,11
Чистий рух коштів від фінансової діяльності	-2490,00	-513,00	-734,00	1977,00	-221,00	-79,40	43,08
Чистий рух грошових коштів за звітний період	84991,00	-35000,00	21358,00	-119991	56358,00	-141,18	-161,02
ПрАТ «КПМГ АУДИТ»							
Дані фінансової звітності							
Грошові кошти та їх еквіваленти							
- у національній валюті	17457,00	30521,00	7378,00	13064,00	-23143,00	74,84	-75,83
- у т. ч. в касі	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	діл.на 0	діл.на 0
- в іноземній валюті	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	діл.на 0	діл.на 0
Рух грошових коштів							
Чистий рух коштів від операційної діяльності	10246,00	9601,00	16854,00	-645,00	7253,00	-6,30	75,54
Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	1928,00	1975,00	3856,00	47,00	1881,00	2,44	95,24
Чистий рух коштів від фінансової діяльності	0,00	1488,00	2978,00	1488,00	1490,00	#ДЕЛ/0!	100,13
Чистий рух грошових коштів за звітний період	12174,00	13064,00	23688,00	890	10624,00	7,31	81,32
ПрАТ «Аудиторська фірма «Аналітик»							
Дані фінансової звітності							
Грошові кошти та їх еквіваленти							
- у національній валюті	35,00	86,20	16,80	51,20	-69,40	146,29	-80,51
- у т. ч. в касі	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	діл.на 0	діл.на 0
- в іноземній валюті	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	діл.на 0	діл.на 0
Рух грошових коштів							
Чистий рух коштів від операційної діяльності	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	діл.на 0	діл.на 0
Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	діл.на 0	діл.на 0
Чистий рух коштів від фінансової діяльності	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	діл.на 0	діл.на 0
Чистий рух грошових коштів за звітний період	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	діл.на 0	діл.на 0
ПрАТ «ЕРНСТ ЕНД ЯНГ УКРАУДИТ»							
Дані фінансової звітності							
Грошові кошти та їх еквіваленти							
- у національній валюті	42,50	7,90	0,90	-34,60	-7,00	-81,41	-88,61
- у т. ч. в касі	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	діл.на 0	діл.на 0
- в іноземній валюті	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	діл.на 0	діл.на 0
Рух грошових коштів							
Чистий рух коштів від операційної діяльності	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	діл.на 0	діл.на 0
Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	діл.на 0	діл.на 0

Продовження Таблиці 3

1	2	3	4	5	6	7	8
Чистий рух коштів від фінансової діяльності	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	діл.на 0	діл.на 0
Чистий рух грошових коштів за звітний період	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	діл.на 0	діл.на 0
ПрАТ Аудиторська фірма «Де Візу»							
Дані фінансової звітності							
Грошові кошти та їх еквіваленти							
- у національній валюті	2214,00	27,00	1846,00	-2187,00	1819,00	-98,78	6737,04
- у т. ч. в касі	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	діл.на 0	діл.на 0
- в іноземній валюті	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	діл.на 0	діл.на 0
Рух грошових коштів							
Чистий рух коштів від операційної діяльності	4746,00	-2098,00	4156,00	-6844,00	6254,00	-144,21	-298,09
Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	-595,00	-91,00	-2369,00	504,00	-2278,00	-84,71	2503,30
Чистий рух коштів від фінансової діяльності	-1950,00	0,00	34,00	1950,00	34,00	-100,00	діл.на 0
Чистий рух грошових коштів за звітний період	2201,00	-2189,00	1821,00	-4390	4010,00	-199,45	-183,19

стровані як товариства з обмеженою відповідальністю та приватні або публічні акціонерні товариства.

Вітчизняним законодавством у сфері аудиту та Міжнародними стандартами аудиту висувається низка вимог до кадрового потенціалу аудиторських фірм та, власне, до сертифікації аудиторів. Залежно від кадрового складу визначається право суб'єкта аудиторської діяльності проводити обов'язковий аудит фінансової звітності та обов'язковий аудит фінансової звітності підприємств, що становлять суспільний інтерес. Окрім того, до кадрового потенціалу аудиторських фірм включаються також інші фахівці у сфері консалтингу, зокрема: податкового консалтингу, бухгалтерського аутсорсингу, юриспруденції, інформаційної безпеки, планування, економічного аналізу, оцінки проектів та інших, які є сумісними з аудитом фінансової звітності.

Вимоги до сертифікації аудиторів та кадрового потенціалу аудиторських фірм буде розглянуто нами в подальших дослідженнях.

Одним із показників, що характеризує використання трудових ресурсів, є витрати на оплату праці та витрати на соціальні заходи, що представлено в табл. 4.

Наведені в табл. 4 дані характеризують стан трудових ресурсів аудиторських фірм у частині витрат на оплату праці працівників. Зменшення показника витрат на оплату праці

притаманне таким підприємствам: у 2016 р. у ПрАТ «Делойтєнд Туш ЮкрейніанСервісезКомпані» значення зменшилося на 9 928 тис грн, що у відсотковому вираженні становить 7,30%; у ПрАТ «Аудиторська фірма «Де Візу»» показник зменшився на 133 тис грн, що на 27,48% менше, ніж у 2015 р. Зменшення показника витрат на оплату праці відповідно зменшує показник відрахувань на соціальні заходи. Так, у 2016 р. показник відрахувань на соціальні заходи у ПрАТ «Делойтєнд Туш ЮкрейніанСервісезКомпані» зменшився на 3 777 тис грн, що у відсотковому вираженні становить 22,23%; у ПрАТ «Аудиторська фірма «Де Візу»» показник зменшився на 133 тис грн, що на 27,48% менше, ніж у 2015 р.

На кінець досліджуваного періоду спостерігається збільшення значення витрат на оплату праці та відрахувань на соціальні заходи. У ПрАТ «Делойтєнд Туш ЮкрейніанСервісезКомпані» показники підвищилися на 35 899 тис грн та 4 817 тис грн, що у відсотковому вираженні дорівнює 28,46% та 36,45% відповідно; у ПрАТ «КІМІГ АУДИТ» показники зросли на 32 808 тис грн та 2 320 тис грн, що на 34,41% та 25,68% відповідно більше, ніж у попередньому році; у ПрАТ «Аудиторська фірма «Де Візу»» показники зросли на 1 078 тис грн та 289 тис грн, що у відсотковому значенні становить 307,12% та 304,21% відповідно.

Із позиції оцінки економічного потенціалу аудиторської компанії існує потреба в обґрунтуванні класифікації економічних ресурсів за джерелами утворення. У науковій літературі виділяють два підходи, а саме власні та залучені. Власні економічні ресурси визначаються через формування власного капіталу підприємства (статутний, резервний, додатковий). Позикові – через залучення відповідних джерел фінансування, що відображаються у складі зобов'язань. Склад власного капіталу представлено в табл. 5.

Із даних табл. 5 бачимо, що кожне підприємство володіє власними економічними ресурсами, а саме у ПрАТ «Аудиторська фірма «Аналітик»» зображено найбільший показник статутного капіталу серед досліджуваних підприємств, та на кінець досліджуваного періоду його розмір сягав 7 811 тис грн, на решті підприємств значення показника статутного капіталу протягом досліджуваного періоду залишилося незмінним. Збільшення значення показника нерозподіленого прибутку (збитку) протягом періоду, що досліджується, представлено у ПрАТ «Делойтєнд Туш ЮкрейніанСервісезКомпані» та становить у 2017 р. 77 719 тис грн, або 6,37%; у ПрАТ «КІМІГ АУДИТ» показник зріс на 68 тис грн, що 0,27% більше, ніж у 2016 р.; у ПрАТ «Аудиторська фірма «Аналітик»» показник підвищився на 152,60 тис грн, що у відсотковому вираженні становить 86,95%. Зменшення показника нерозподіленого прибутку (збитку) у 2017 р. зосереджено на ПрАТ «ЕРНСТ ЕНД ЯНГ УКРАУДИТ» та

Таблиця 4

Витрати на оплату праці аудиторських компаній України

Показник	Період			Абсолютне відхилення		Відносне відхилення	
	2015	2016	2017	16/15	17/16	16/15	17/16
ПрАТ «Делойтэнд Туш ЮкрейніанСервісезКомпані»							
Витрати на оплату праці	136052,00	126124,00	162023,00	-9928,00	35899,00	-7,30	28,46
Витрати на соціальні заходи	16992,00	13215,00	18032,00	-3777,00	4817,00	-22,23	36,45
ПрАТ «КПМГ АУДИТ»							
Витрати на оплату праці	84285,00	95345,00	128153,00	11060,00	32808,00	13,12	34,41
Витрати на соціальні заходи	12185,00	9035,00	11355,00	-3150,00	2320,00	-25,85	25,68
ПрАТ «Аудиторська фірма «Аналітик»							
Витрати на оплату праці	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		
Витрати на соціальні заходи	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		
ПрАТ «ЕРНСТ ЕНД ЯНГ УКРАУДИТ»							
Витрати на оплату праці	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		
Витрати на соціальні заходи	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		
ПрАТ Аудиторська фірма «Де Візу»							
Витрати на оплату праці	484,00	351,00	1429,00	-133,00	1078,00	-27,48	307,12
Витрати на соціальні заходи	211,00	95,00	384,00	-116,00	289,00	-54,98	304,21

Таблиця 5

Оцінка власного капіталу аудиторських фірм як джерела формування економічних ресурсів

Показник	Період			Абсолютне відхилення		Відносне відхилення	
	2015	2016	2017	16/15	17/16	16/15	17/16
ПрАТ «Делойтэнд Туш ЮкрейніанСервісезКомпані»							
Статутний капітал	60	60	60	0	0	0,00	0,00
Резервний капітал	15	0	0	-15	0	-100,00	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	95851	167080	177719	71229	10639	74,31	6,37
I. Власний капітал	95926	167155	177794	71229	10639	74,25	6,36
ПрАТ «КПМГ АУДИТ»							
Статутний капітал	148	148	148	0	0	0,00	0,00
Резервний капітал	22	22	22	0	0	0,00	0,00
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	8018	25149	25217	17131	68	213,66	0,27
I. Власний капітал	8188	25319	25387	17131	68	209,22	0,27
ПрАТ «Аудиторська фірма «Аналітик»							
Статутний капітал	3031	5594	7811	2563	2216	84,54	39,61
Резервний капітал	0	0	0	0	0		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	194	175	328	-18	152	-9,58	86,95
I. Власний капітал	3225	5770	8139	2544	2368	78,88	41,05
ПрАТ «ЕРНСТ ЕНД ЯНГ УКРАУДИТ»							
Статутний капітал	1,2	1,2	1,2	0	0	0,00	0,00
Резервний капітал	0	0	0	0	0		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	320,6	295,1	249,6	-25,5	-45,5	-7,95	-15,42
I. Власний капітал	321,8	296,3	250,8	-25,5	-45,5	-7,92	-15,36
ПрАТ Аудиторська фірма «Де Візу»							
Статутний капітал	300	300	300	0	0	0,00	0,00
Резервний капітал	0	23	23	23	0		0,00
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	21277	20988	17679	-289	-3309	-1,36	-15,77
I. Власний капітал	28194	32226	3905	4032	6829	14,30	21,19

ПрАТ «Аудиторська фірма «Де Візу»: його зменшення становило 45,50 тис грн та 3 309,00 тис грн, що у відсотковому вираженні становить -15,42% та -15,77% відповідно.

Щодо стану показника власного капіталу, то збільшення його значення на кінець досліджуваного періоду спостерігається на таких підприємствах: у ПрАТ «Делойтэнд Туш ЮкрейніанСервісезКомпані» показ-

ник зріс на 6,37%, у ПрАТ «КПМГ АУДИТ» – на 0,27%, у ПрАТ «Аудиторська фірма «Аналітик» – на 41,05%, у ПрАТ «Аудиторська фірма «Де Візу» – на 21,19%. Зменшення показника притаманне єдиному підприємству – ПрАТ «ЕРНСТ ЕНД ЯНГ УКРАУДИТ» та становить 15,36%.

Висновки. Таким чином, нами встановлено особливості формування економічних ресурсів аудитор-

ських фірм. Установлено, що ключовим ресурсом господарської діяльності аудиторської фірми є трудові ресурси, що формують кадровий потенціал та визначають якість аудиторської послуги. Від якості аудиторської послуги залежить ефективність функціонування суб'єкта аудиторської діяльності як суб'єкта зовнішнього незалежного фінансового контролю в контексті виконання відповідних суспільних функцій та як суб'єкта господарювання, основною метою якого є отримання прибутку. Від ефективності використання та формування економічних ресурсів аудиторською фірмою залежать усі ефекти, що пов'язані з її функціонуванням. Обидва складники є взаємопов'язаними між собою, а не виключають одне одного. Якість аудиту фінансової звітності визначає репутацію компанії, а

отже, її клієнтський капітал, що в результаті визначає доходи діяльності аудиторської компанії. Зазначене вказує, що пріоритетними об'єктами управління, а отже, економічного аналізу та бухгалтерського обліку, є: фінансовий потенціал, кадровий потенціал, клієнтський капітал, репутаційний капітал. Усі зазначені види потенціалу та капіталів є взаємопов'язаними між собою та формують якість аудиторської послуги як із позиції отримання фінансового результату, так і з позиції виконання покладених на аудит суспільних функцій як інструменту незалежного фінансового контролю. Сьогодні питання аналітичної оцінки вказаних об'єктів не є розробленим, адже існуючі підходи не враховують усієї специфіки діяльності аудиторських фірм, що й визначає перспективу подальших досліджень.

Список використаних джерел:

1. Вовк І. Класифікація ресурсів підприємства. Сучасні підходи. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2011. Вип. 1 (4). URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2011/11vipsp.pdf>.
2. Волошина Е.И. Особенности аудиторской деятельности в странах Западной Европы. *Научный вестник: финансы, банки, инвестиции*. 2017. № 3. С. 124–130.
3. Cherchata A., Popovychenko I., Andrusiv U., Simkiv L., Kliukha O., Horai O. A methodology for analysis and assessment of business processes of Ukrainian enterprises. *Management Science Letters*. 2020. No. 10 (3), pp. 631–640. DOI: 10.5267/j.msl.2019.9.016.
4. Денисюк О.Г. Використання ресурсного потенціалу підприємства та його фінансової складової. *Ефективна економіка*. 2018. № 2. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2018/38.pdf.
5. Тарасова Т.О., Черчата А.О., Ставерська Т.О. Обліково-аналітичне забезпечення ризик-менеджменту в умовах сталого розвитку підприємства. *Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу. Серія «Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості»*. 2019. № 2 (20). Р. 142–153. URL: [https://doi.org/10.31471/2409-0948-2019-2\(20\)-142-153](https://doi.org/10.31471/2409-0948-2019-2(20)-142-153).
6. Звіт про прозорість за 2018 рік ПрАТ «КПМГ АУДИТ». URL: https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/ua/pdf/2019/04/Transparency-Report_2019_JSC-KPMG-Audit.pdf.
7. Обов'язкова ротація аудиторів здійснюється відповідно до встановлених вимог. URL: <https://www.pabu.com.ua/ua/mediacentr-3/profesiini-novyny/1083-oboviazkova-rotatsiia-audytoriv-zdiisnuietsia-vidpovidno-do-vstanovlenykh-vymoh>.
8. Про BDO в Україні. URL: <https://www.bdo.ua/uk-ua/about-2/about-bdo-in-ukraine>.
9. Andrusiv U., Kinash I., Cherchata A., Polyanska A., Dzoba O., Tarasova T., Lysak H. Experience and prospects of innovation development venture capital financing. *Management Science Letters*. 2020. № 10 (4). Р. 781–788. DOI: 10.5267/j.msl.2019.10.019.
10. Реєстр аудиторів та суб'єктів аудиторської діяльності. URL: <https://www.apu.com.ua/2018/10/01/%d1%80%d0%b5%d1%94%d1%81%d1%82%d1%80-%d0%b0%d1%83%d0%b4%d0%b8%d1%82%d0%be%d1%80%d1%96%d0%b2-%d1%82%d0%b0-%d1%81%d1%83%d0%b1%d1%94%d0%ba%d1%82%d1%96%d0%b2-%d0%b0%d1%83%d0%b4%d0%b8%d1%82%d0%be%d1%80/>.

References:

1. Vovk I. (2011) Klyasyfikatsiia resursiv pidpriemstva [Classification of enterprise resources]. *Suchasni pidkhody. Sotsialno-ekonomichni problemy i derzhava* [Modern approaches. Socio-economic problems and the state]. Vol. 1 (4). Available at: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2011/11vipsp.pdf> (accessed 20 November 2020).
2. Voloshyna E.Y. (2017) Osobennosti audytorskoj deiatelnosti v stranakh Zapadnoi Evropy [Features of auditing in Western Europe]. *Nauchnyi vestnik: finyansy, banky, ynyvestytsyy* [Scientific Bulletin: Finance, Banks, Investments]. No. 3, pp. 124–130. (in Russian)
3. Cherchata A., Popovychenko I., Andrusiv U., Simkiv L., Kliukha O., Horai O. (2020) A methodology for analysis and assessment of business processes of Ukrainian enterprises. *Management Science Letters*, no. 10 (3), pp. 631–640. DOI: 10.5267/j.msl.2019.9.016.
4. Denysiuk O.H. (2018) Vykorystannia resursnoho potentsialu pidpriemstva ta yoho finansovoi skladovoi. *Efektivna ekonomika*, no. 2. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2018/38.pdf (in Ukrainian)
5. Tarasova T.O., Cherchata A.O., Staverska T.O. (2019) Accounting-analytical providing of rizik-management in the sustainable development of companies. *Scientific Bulletin of Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas* (Series: Economics and Management in the Oil and Gas Industry), no. 2 (20), pp. 142–153. DOI: [https://doi.org/10.31471/2409-0948-2019-2\(20\)-142-153](https://doi.org/10.31471/2409-0948-2019-2(20)-142-153).
6. Zvit pro prozorist za 2018 rik PrAT «KPMH AUDYT». Available at: https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/ua/pdf/2019/04/Transparency-Report_2019_JSC-KPMG-Audit.pdf (accessed 28 November 2020).
7. Oboviazkova rotatsiia audytoriv zdiisnuietsia vidpovidno do vstanovlenykh vymoh. Available at: <https://www.pabu.com.ua/ua/mediacentr-3/profesiini-novyny/1083-oboviazkova-rotatsiia-audytoriv-zdiisnuietsia-vidpovidno-do-vstanovlenykh-vymoh> (accessed 08 October 2020).
8. Pro BDO v Ukraini. Available at: <https://www.bdo.ua/uk-ua/about-2/about-bdo-in-ukraine> (accessed 23 October 2020).
9. Andrusiv U., Kinash I., Cherchata A., Polyanska A., Dzoba O., Tarasova T., Lysak H. (2020) Experience and prospects of innovation development venture capital financing. *Management Science Letters*, no. 10 (4), pp. 781–788. DOI: 10.5267/j.msl.2019.10.019.
10. Reiestr audytoriv ta subiektiv audytorskoj diialnosti. Available at: <https://www.apu.com.ua/2018/10/01/%d1%80%d0%b5%d1%94%d1%81%d1%82%d1%80-%d0%b0%d1%83%d0%b4%d0%b8%d1%82%d0%be%d1%80%d1%96%d0%b2-%d1%82%d0%b0-%d1%81%d1%83%d0%b1%d1%94%d0%ba%d1%82%d1%96%d0%b2-%d0%b0%d1%83%d0%b4> (accessed 03 November 2020).

УДК 339.138

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/162-17>

Іваненко І. В.

аспірантка кафедри управління
підприємницькою та туристичною діяльністю,
Ізмаїльський державний гуманітарний університет

Ivanenko Iryna

Izmail State Human University

АНАЛІТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В УКРАЇНІ ЗА 2016–2020 РР.

Дослідження присвячено обґрунтуванню теоретико-методичних засад формулювання визначення поняття «ринку маркетингових комунікацій», проведено аналіз наявних у літературних джерелах визначень та вибрано те, яке, на думку автора, є найбільш повним та адекватним сучасним ринковим умовам. Визначено загальні та специфічні фактори впливу на ринок маркетингових комунікацій. Проаналізовано розвиток ринку маркетингових комунікацій за 2016–2020 рр. у розрізі його окремих сегментів, а саме рекламного медіаринку, сервісу маркетингових комунікацій та цифрової реклами. Встановлено, що в результаті зменшення рівня доходів і купівельної спроможності населення, внаслідок запровадження карантинних обмежень ринок маркетингових комунікацій показав негативну динаміку зростання за 2019–2020 рр. На основі аналізу статистичної інформації виявлено основні тенденції розвитку ринку маркетингових комунікацій, а також сформовано прогноз для цього сегменту ринку на 2021 р. Проведене дослідження має кабінетний характер, через відсутність даних про діяльність учасників ринку маркетингових комунікацій в офіційних статистичних джерелах аналітичні розрахунки здійснено на основі даних Всеукраїнської рекламної коаліції.

Ключові слова: маркетингові комунікації, ринок комунікацій України, рекламний медіаринок, цифрова реклама, маркетингові інтернет-комунікації.

ANALYTICAL STUDY OF THE MARKETING COMMUNICATIONS MARKET IN UKRAINE FOR 2016–2020

The article is devoted to substantiation of theoretical and methodical bases of formulation of essence of definition “market of marketing communications”, the analysis of definitions available in literary sources is carried out and that which in the opinion of the author is the most complete and adequate modern market conditions is chosen. The general and specific factors of influence on the market of marketing communications are defined. Due to the lack of information on the results of the marketing communications market in official sources, economic diagnostics was conducted on the basis of data from the All-Ukrainian Advertising Coalition. The development of the marketing communications market for 2016–2020 is analyzed in terms of its separate segments: the advertising media market, the marketing communications service and digital advertising. It is established that as a result of declining incomes and purchasing power of the population and due to the introduction of quarantine restrictions, the market of marketing communications showed a negative growth trend for 2019–2020 by consumers and its transformation into a commercial platform. It is determined that the impact of quarantine restrictions had a negative impact on the dynamics of the market of marketing communications in Ukraine. The impact of COVID-19 has had a particular impact on cinema advertising: this segment has shrunk by more than half in 2020. Based on the analysis of statistical information, the main trends in the development of the marketing communications market are identified, as well as a forecast for this market segment for 2021. The progressive development of the marketing communications market in 2021 will depend on changes in the level of income and the epidemiological situation in the country. Most reputable experts and organizations have optimistic forecasts for the development of the marketing communications market. Active processes of development of the market of marketing communications cause constant revision and improvement of a methodology of an estimation of the given market segment by experts.

Keywords: marketing communications, communications market of Ukraine, advertising media market, digital advertising, Internet marketing communications.

JEL classification: L86, L96, M37

Постановка проблеми. Стрімкий розвиток комунікаційного ринку, поява новітніх засобів впливу на кінцевого споживача, зростаюча конкуренція всередині галузі – все це вимагає переосмислення підходів до маркетингових комунікацій. Маємо нагальну потребу проаналізувати дані та систематизувати знання у сфері маркетингових комунікацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню сучасних ринків та засобів маркетингових комунікацій присвятили свої роботи такі зарубіжні вчені, як Ф. Котлер, Г. Армстронг, В. Вонг, Д. Сондерс [5]. Серед вітчизняних науковців варто відзначити таких авторів, як Т.О. Примак [1], Д.В. Райко, Л.М. Цейтлін [4],

С.В. Ковальчук, М.Р. Лазебник [6], І.Л. Литовченко [8], Г.В. Охріменко [9], І.А. Хмарська [10].

Відаючи належне працям вітчизняних та зарубіжних науковців, зазначаємо, що окремі питання впливу маркетингових комунікацій на кінцевого споживача досліджені не повною мірою, тому потребують подальшого вивчення.

Мета статті полягає у визначенні теоретико-методичних підходів до формування ринку маркетингових комунікацій, аналізі динаміки розвитку його складових частин за 2016–2020 рр. та визначенні напрямів розвитку на 2021 р. Поставлена мета зумовила необхідність вирішення таких завдань:

- розкриття змісту поняття «ринок маркетингових комунікацій»;
- дослідження динаміки та структури ринку маркетингових комунікацій;
- визначення тенденцій розвитку ринку маркетингових комунікацій.

Виклад основного матеріалу. Маємо відзначити той факт, що більшість дослідників цього напряму не вважає за потрібне у своїх працях давати визначення поняття «ринок маркетингових комунікацій». Такий підхід до справи привів до того, що в літературних джерелах часто ототожнюються поняття «ринок маркетингових комунікацій», «ринок реклами», «ринок комунікаційних послуг». Вживання словосполучень «ринок реклами» та «ринок маркетингових комунікацій» як синонімічних приводить до звуження трактування останнього, тоді як реклама є одним з інструментів маркетингових комунікацій.

Аналіз наявних тлумачень науковців дав змогу зробити висновок, що точним і лаконічним є таке визначення маркетингових комунікацій: «це діяльність фірми, спрямована на інформування, переконання, нагадування споживачам про свої товари та формування позитивного іміджу фірми в очах громадськості» [1, с. 84].

Дослідження теоретичних джерел показало, що найбільш повним та адекватним сучасним реаліям господарювання є визначення, запропоноване Всеукраїнською рекламною коаліцією (ВРК): «ринок маркетингових комунікацій – це комплекс попиту на рекламні послуги (рекламодавці) і конкурентних пропозицій, які задовольняють попит на ці послуги (рекламні, маркетингові, медіа та інші агенції, а також ЗМІ та інші рекламоносії)» [2].

В Україні з 2014 р., згідно з рекомендаціями Міжнародної асоціації маркетингових ініціатив (МАМІ), розуміють лише обсяги медіареклами без урахування ринку маркетингових сервісів, PR, рекламного вироб-

ництва тощо [3]. Діагностика ринку маркетингових комунікацій ускладнюється відсутністю інформації про діяльність його учасників в офіційних статистичних джерелах, тому дослідження базується на аналітичних даних офіційного сайту ВРК.

Задля надання об'єктивної оцінки розвитку ринку маркетингових комунікацій за всіма його інструментами маємо потребу розробити класифікацію маркетингового інструментарію, а саме рекламного медіаринку. Отже, до складу рекламного медіаринку входять [4, с. 38]:

- ТВ-реклама (пряма реклама й спонсорство);
- реклама в пресі (реклама в національній, регіональній та спеціалізованій пресі);
- радіореклама (національне та регіональне радіо);
- зовнішня реклама (щитова, транспортна й цифрова);
- реклама в кінотеатрах;
- інтернет-реклама.

Ринок маркетингових комунікацій є частиною економічної системи і розвивається у рамках загальних законів ринкової економіки, забезпечуючи потребу суспільства в комунікативних послугах [5, с. 175]. Фактори, що впливають на ринок маркетингових комунікацій, можна поділити на загальні, тобто такі, які діють на всіх видах ринках і ринкових відносин, і специфічні, притаманні лише ринку маркетингових комунікацій.

Дослідження обсягів рекламного ринку покликано окреслити конкурентну ринкову картину серед рекламодавців, агенцій, рекламних носіїв. Розглянемо стан рекламного медіаринку в Україні, проаналізуємо динаміку розвитку за 2019–2020 рр., визначимо основні причини змін, які сталися (табл. 1).

Як бачимо з представленої таблиці, обсяг реклами на телебаченні у 2020 р. порівняно з 2019 р. виріс на 5,62%, експерти ВРК прогнозують, що його зростання у 2021 р. становитиме щонайменше 10%. Обсяг прямої реклами у 2020 р. збільшився на 5,00%, а обсяг реклами у формі спонсорства зріс на 10,01% порівняно з минулорічними показниками.

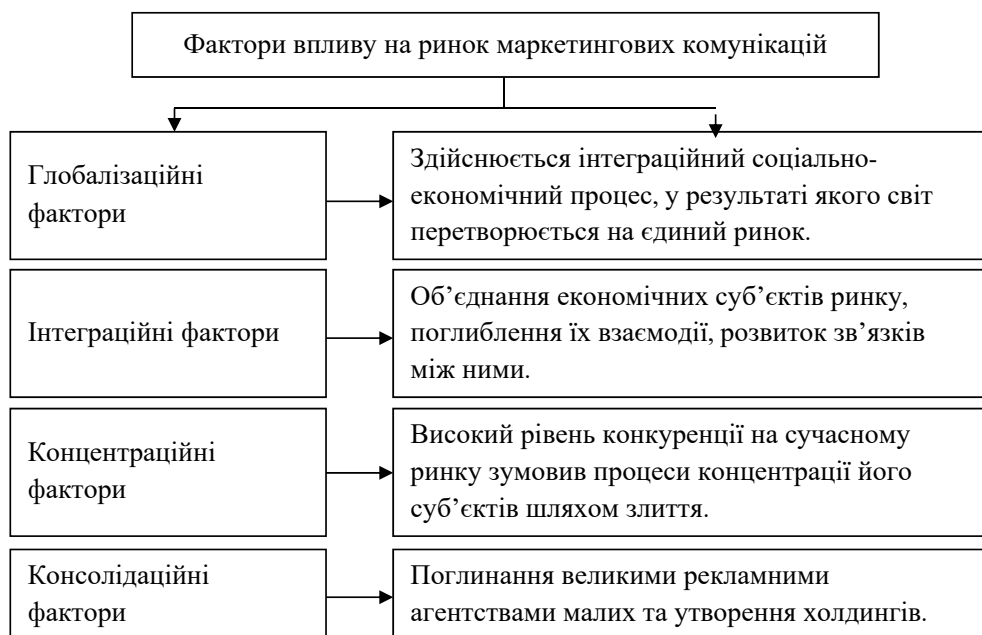


Рис. 1. Узагальнення специфічних факторів впливу на ринок маркетингових комунікацій

Джерело: складено автором на основі джерела [6, с. 130]

Таблиця 1

Динаміка розвитку рекламного медіаринку маркетингових комунікацій України за 2019–2020 р. та прогноз на 2021 р.

Інструменти маркетингових комунікацій	2019 р., млн. грн.	2020 р., млн. грн.	Відхилення 2020 р. від 2019 р.	Прогноз на 2021 р., млн. грн.	Відхилення 2021 р. від 2020 р.
ТВ-реклама, всього	11 527	12 175	5,62%	13 392	10,00%
Пряма реклама	10 089	10 593	5,00%	11 652	10,00%
Спонсорство	1 438	1 582	10,01%	1 740	9,99%
Реклама в пресі, всього	1 850	1 466	-20,76%	1 541	5,12%
Національна преса	1 105	866	-21,63%	947	9,35%
Регіональна преса	320	243	-24,06%	262	7,82%
Спеціалізована преса	425	357	-16,00%	332	-7,00%
Радіореклама, всього	717	717	0,00%	825	15,06%
Національне радіо	518	512	-1,16%	595	16,21%
Регіональне радіо	65	65	0,00%	75	15,38%
Спонсорство	134	140	4,48%	155	10,71%
Зовнішня реклама, всього	4 240	3 159	-25,50%	3 695	16,97%
Щитова зовнішня реклама	3 283	2 433	-25,89%	2 799	15,04%
Транспортна реклама	600	350	-41,67%	402	14,86%
Цифрова зовнішня реклама	357	376	5,32%	494	31,38%
Реклама в кінотеатрах	58	20	-65,52%	26	30,00%
Інтернет-реклама	6 379	6 980	9,42%	8 977	28,61%
Рекламний медіаринок, всього	24 771	24 517	-1,03%	28 456	16,07%

Джерело: складено автором на основі джерела [2]

Загальний обсяг реклами у пресі скоротився на 20,76% у 2020 р., на думку аналітиків, у 2021 р. очікується підйом на рівні 5,12%. Більшість експертів поділяє думку про те, що реклама у пресі є одним з найменш перспективних інструментів маркетингових комунікацій у період діджиталізації.

Обсяг реклами, розміщеної на шпальтах національних видань, скоротився на 21,63%, становлячи у 2020 р. лише 866 млн. грн. Фахівці зійшлися на думці про те, що у 2021 р. варто очікувати зростання на рівні 9,35%. Зафіксовано скорочення обсягів реклами, розміщеної на сторінках регіональних видань, майже на чверть (24,06%) порівняно з 2019 р. Однак експерти мають оптимістичний прогноз на 2021 р., адже очікується зростання на рівні 7,82%. Об'єм реклами, що розташована у спеціалізованих виданнях, скоротився на 16,00% порівняно з минулим роком, у 2020 р. він складає 357 млн. грн. Експерти говорять про падіння у цьому сегменті на рівні 7,00% у 2021 р. Такий прогноз пояснюється зниженням попиту на спеціалізовані видання з боку населення.

Фахівці стверджують, що радіо є перспективним інструментом маркетингових комунікацій, потенціал якого використовується тільки на половину. Однак у 2020 р. обсяг реклами, що транслюється на радіохвилях, залишився практично без змін, складаючи 717 млн. грн. Обсяг реклами, що лунає на вітчизняних радіоканалах, скоротився на 1,16% порівняно з результатами 2019 р., становлячи 512 млн. грн. Аналітики спрогнозували збільшення обсягів цього сегменту у 2021 р. на 16,21%. Говорячи про обсяг реклами, яка транслюється на регіональних радіоканалах, відзначаємо, що цей сегмент залишився без змін, а у 2020 р. показав результат у 65 млн. грн. Спеціалісти говорять про збільшення обсягу реклами, що подається на регіональному радіо, у 2021 р. на 15,38%.

Обсяг реклами, яка подається на радіо у формі спонсорства, збільшився на 4,48%, складаючи 140 млн. грн. На 2021 р. маємо оптимістичний прогноз: експерти запевняють, що зростання цього сегменту становитиме щонайменше 10%.

Більш ніж на чверть (25,50%) скоротився обсяг зовнішньої реклами, і у 2020 р. він становить лише 3 159 млн. грн. Однак аналітичний прогноз говорить про зростання цієї ніші на 16,97% у 2021 р. Обсяг реклами, розташованої на зовнішніх щитах, зменшився на 25,89% за 2019–2020 рр., становлячи 2 433 млн. грн. у 2020 р. Фахівці прогнозують зростання на рівні 15,04% у 2021 р. Рекордне падіння зафіксоване в обсягах реклами, розміщеної на транспортних засобах і в транспортній інфраструктурі: -41,67% у 2020 р. порівняно з даними за 2019 р. Експерти вважають, що у наступному році слід очікувати підйом на рівні 14,86%. Позитивні зміни зафіксовано у зміні обсягу зовнішньої цифрової реклами, адже маємо зростання на рівні 5,32%. Зацікавленість із боку замовників робить цей сегмент привабливим для інвестицій, тому експерти очікують зростання у 2021 р. щонайменше на рівні 30% від попереднього року.

Вжиття карантинних заходів призвело до різкого скорочення обсягів реклами у кінотеатрах: маємо падіння на рівні 65,52% у 2020 р. порівняно з попереднім роком. Однак фахівці мають оптимістичні очікування на 2021 р. і вважають, що стабілізація епідеміологічної обстановки сприятиме поживленню у цьому сегменті та приведе до зростання на рівні 30%. Навіть за умов збільшення цього сегменту на 30% його обсяг у грошовому виразі становитиме менше половини від обсягів 2019 р. [6, с. 130].

Обсяг реклами, розміщеної на просторах Інтернету, збільшився у 2020 р. на 9,42%, що складає у грошовому

вому еквіваленті 6 980 млн. грн. На думку експертів, у наступному році варто очікувати зростання у розмірі 28,61%.

Загалом обсяг рекламного медіаринку в Україні скоротився на 1,03% у 2020 р., однак фахівці прогнозують налагодження ситуації та зростання у 2021 р. на рівні 16,07%.

Розвиток рекламного ринку залежить від рівня доходів клієнтів, які нині продовжують скорочуватися через втрату ринків у східних регіонах і Криму, коливання курсу валют, зниження купівельної спроможності населення або потерпають від збитків, спричинених введенням карантинних обмежень [7, с. 118].

З представленої таблиці формуємо висновок про те, що упродовж всього аналізованого періоду рекламний медіаринок демонструє зростання (20,62% у 2017 р.; 24,78% у 2018 р.; 41,39% у 2019 р.), за винятком 2020 р., адже маємо падіння на рівні 1,03%. Однак, порівнюючи обсяги рекламного медіаринку 2020 р. з 2016 р., бачимо зростання на рівні 210,61%. Найбільше зростання за період 2016–2020 рр. зафіксовано у секторі інтернет-реклами, а саме на 222,29%. Найменший темп росту має реклама в кінотеатрах, складаючи лише 57,14% у 2020 р. порівняно з результатами за 2016 р.

Представимо отримані результати розрахунків у формі лінійної діаграми, яка демонструватиме накопичення щодо кожного сектору рекламного медіаринку в Україні за 2016–2020 рр.

З представленої діаграми видно, що найбільш вдалими для учасників рекламного медіаринку був 2019 р., адже загальне зростання обсягу ринку становило 41,39% порівняно з результатами за 2018 р. Вплив пандемії COVID-19 негативно позначився на результа-

тах господарювання у 2020 р., адже маємо незначне падіння на рівні 1,03%. Незважаючи на карантинні заходи, деякі сектори ринку рекламного медіа показали зростання, а саме ТВ-реклама (+5,62%), інтернет-реклама (+9,42%).

Наступним кроком дослідження стане діагностика структурних змін рекламного медіаринку маркетингових комунікацій України за 2019–2020 рр. (табл. 3).

Як бачимо, за результатами розрахунків, левову частку ринку маркетингових комунікацій як у 2019 р., так і у 2020 р. займає реклама на телебаченні: 46,53% і 49,66% відповідно. У 2020 р. зафіксовано збільшення частки на 3,13%. Стрімкі темпи розвитку інтернет-ресурсів та збільшення їх популярності серед населення привели до зростання ринкової частки цього сегменту на 2,72%.

У 2020 р. частка реклами в Інтернеті складає 28,47% у загальному підсумку інструментів маркетингових комунікацій. Питома вага зовнішньої реклами скоротилася із 17,12% у 2019 р. до 12,88% у 2020 р., отже, падіння становить 4,23%. Частка реклами, розміщеної в пресі, зменшилась на 1,49%, становлячи 5,98% від загального обсягу реклами у 2020 р. порівняно з 2019 р. Відзначаємо незначне збільшення питомих ваг радіореклами, а саме на 0,03%, частка цього сегменту становить у 2020 р. 2,92%. Частка реклами в кінотеатрах скоротилася на 0,15%, становлячи 0,08% від загального обсягу реклами у 2020 р.

Представимо структуру рекламного медіаринку маркетингових комунікацій України у формі діаграми (рис. 3).

З наведеної діаграми бачимо, що у 2020 р. найбільшу питому вагу мають ТВ-реклама (49,66%), інтер-

Таблиця 2
Динаміка темпів зростання рекламного медіаринку маркетингових комунікацій України за 2016–2020 рр.

Інструменти маркетингових комунікацій	Темп росту 2017 р. до 2016 р.	Темп росту 2018 р. до 2017 р.	Темп росту 2019 р. до 2018 р.	Темп росту 2020 р. до 2019 р.	Темп росту 2020 р. до 2016 р.
ТВ-реклама, всього	29,12%	26,47%	24,36%	5,62%	214,50%
Реклама в пресі, всього	17,83%	18,97%	14,76%	-20,76%	127,48%
Радіореклама, всього	20,00%	20,42%	24,05%	0,00%	179,25%
Зовнішня реклама, всього	117,10%	29,75%	21,39%	-25,50%	254,76%
Реклама в кінотеатрах	14,29%	20,00%	20,83%	-65,52%	57,14%
Інтернет-реклама	-31,69%	17,48%	153,13%	9,42%	222,29%
Рекламний медіаринок, всього	20,62%	24,78%	41,39%	-1,03%	210,61%

Джерело: складено автором на основі даних табл. 1

Таблиця 3
Аналіз структури рекламного медіаринку маркетингових комунікацій України за 2019–2020 рр.

Інструменти маркетингових комунікацій	2019 р., млн. грн.	2020 р., млн. грн.	Структура 2019 р.	Структура 2020 р.	Відхилення структури 2020 р. від 2019 р.
ТВ-реклама, всього	11 527	12 175	46,53%	49,66%	3,13%
Реклама в пресі, всього	1 850	1 466	7,47%	5,98%	-1,49%
Радіореклама, всього	717	717	2,89%	2,92%	0,03%
Зовнішня реклама, всього	4 240	3 159	17,12%	12,88%	-4,23%
Реклама в кінотеатрах	58	20	0,23%	0,08%	-0,15%
Інтернет-реклама	6 379	6 980	25,75%	28,47%	2,72%
Рекламний медіа ринок, всього	24 771	24 517	100,00%	100,00%	–

Джерело: складено автором на підставі джерела [2]

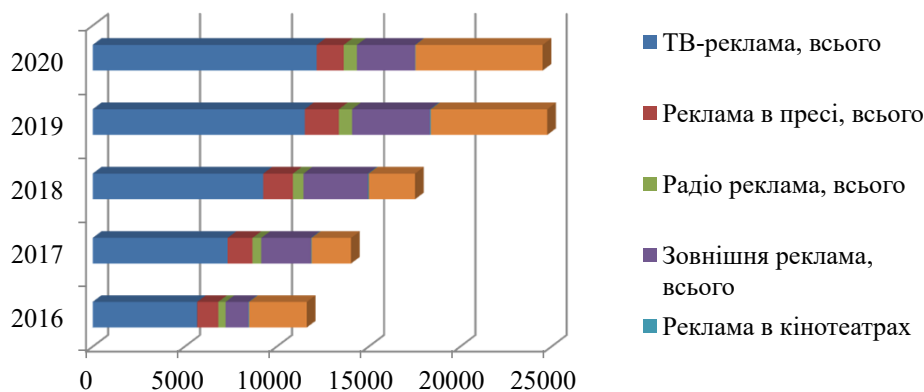


Рис. 2. Динаміка зростання рекламного медіаринку в Україні по роках, млн. грн.

Джерело: складено автором на основі даних табл. 2

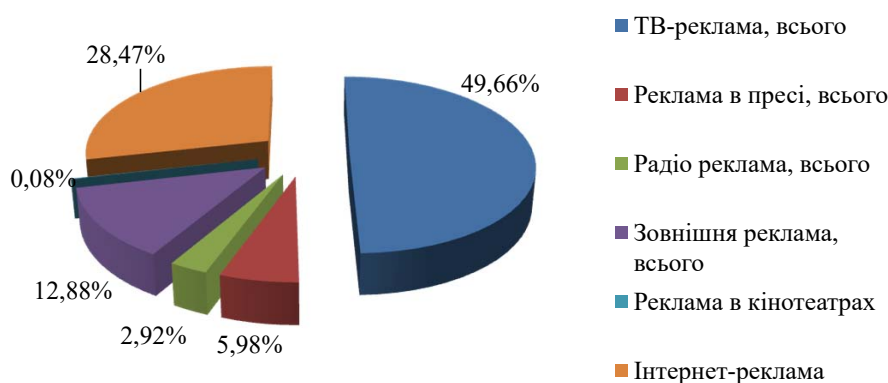


Рис. 3. Структура українського ринку медіа у 2020 р., %

Джерело: складено автором на підставі даних табл. 3

нет-реклама (28,47) та зовнішня реклама (12,88%). Найменшу питому вагу мають реклама в пресі (5,98%), радіореклама (2,92%) та реклама в кінотеатрах (0,08%) від загального обсягу рекламних медіа.

Проаналізуємо динаміку ринку маркетингових сервісів в Україні за 2016–2020 рр. (табл. 4). Отже, за результатами розрахунків робимо висновок про те, що ринок маркетингових сервісів у 2020 р. скоротився майже на чверть (-23,88%) порівняно з результатами за 2019 р., становлячи лише 2 472 млн. грн. Обсяг торгового маркетингу зменшився на 14,99% за аналізований період, розмір цього сегменту складає 2 161 млн. грн. Обсяг маркетингових заходів, спрямованих на формування споживчої лояльності, скоротився у 2020 р. на 4,99% порівняно з минулим роком, становлячи 1 066 млн. грн.

Результати діагностики ринку маркетингових сервісів подано у табл. 4.

Як бачимо, майже п'яту частину (-19,97%) втратив сегмент споживчого маркетингу, адже у 2020 р. він становить 1 270 млн. грн. Говорячи про маркетинг заходів та спонсорство, відзначаємо скорочення цієї ринкової ніші більш ніж на половину (-55,02%) за 2019–2020 рр. Сегмент нестандартних маркетингових комунікацій показав зростання на рівні 11,61%, у 2020 р. його обсяг у грошовому вираженні становить 173 млн. грн.

Експерти ВКР надають оптимістичний прогноз на 2021 р.: зростання обсягів торгового маркетингу очі-

кується на рівні 5,00%, маркетингу споживчої лояльності – 4,97%, споживчого маркетингу – 9,92%, маркетингу заходів та спонсорства – 15,09%, нестандартних комунікацій – 5,20%. За прогнозами фахівців, загальне зростання ринку маркетингових сервісів становитиме 7,62% у 2021 р. Маємо відзначити, що оптимістичні прогнози спеціалістів справдяться лише за умови стабілізації епідеміологічної ситуації та відсутності карантинних заходів. Наголосимо на тому, що карантинні заходи найбільше вплинули на маркетинг заходів та урочистих подій.

Проаналізуємо динаміку цифрової реклами за 2019–2020 рр. (табл. 5).

Перед тим як розпочати аналіз одержаних розрахунків, варто зауважити про певні зміни в методології оцінки ВРК: з 2020 р. обсяг реклами у формі спонсорства враховано у складі банерної реклами на просторах Інтернету. Таке рішення спричинено тим, що часто реклама, подана у формі банеру, є водночас спонсорською, що приводило до подвійного врахування витрат на рекламу [8].

Отже, як видно з таблиці, обсяг банерної реклами та оголошень на просторах Інтернету скоротився у 2020 р. на 1,85% порівняно з даними за 2019 р. Обсяг реклами у відеоформаті збільшився на 29,30% за 2019–2020 рр., становлячи 3 800 млн. грн. Обсяг реклами, розміщеної на пошукових ресурсах, збільшився на 36,67%, складаючи 12 300 млн. грн. Обсяг іншої цифрової реклами

Таблиця 4
Діагностика ринку маркетингових сервісів рекламно-комунікаційного ринку України за 2019–2020 рр. та прогноз на 2021 р.

Маркетингові сервіси	2019 р., млн. грн.	2020 р., млн. грн.	Відхилення 2020 р. від 2019 р.	Прогноз на 2021 р., млн. грн.	Відхилення 2021 р. від 2020 р.
Торговий маркетинг	2 542	2 161	-14,99%	2 269	5,00%
Маркетинг споживчої лояльності	1 122	1 066	-4,99%	1 119	4,97%
Споживчий маркетинг	1 587	1 270	-19,97%	1 396	9,92%
Маркетинг заходів та спонсорство	1 783	802	-55,02%	923	15,09%
Нестандартні комунікації	155	173	11,61%	182	5,20%
Обсяг ринку маркетингових сервісів, всього	7 189	5 472	-23,88%	5 889	7,62%

Джерело: складено автором на основі джерела [2]

Таблиця 5
Динаміка розвитку обсягів цифрової реклами в Україні за 2019–2020 рр. та прогноз на 2021 р.

Найменування	2019 р., млн. грн.	2020 р., млн. грн.	Відхилення 2020 р. від 2019 р.	Прогноз на 2021 р., млн. грн.	Відхилення 2021 р. від 2020 р.
Банерна реклама та оголошення	3 240	3 180	-1,85%	3 657	15,00%
Спонсорство	200	–	–	–	–
Цифрове відео (вкл. YouTube)	2 939	3 800	29,30%	5 320	40,00%
Інтернет-медіа, всього	6 379	6 980	9,42%	8 977	28,61%
Платний пошук	9 000	12 300	36,67%	17 835	45,00%
Інша цифрова реклама	676	630	-6,80%	693	10,00%
Інтернет-ринок, всього	16 055	19 910	24,01%	27 505	38,15%

Джерело: складено автором на основі джерела [2]

Таблиця 6
Аналіз структури цифрової реклами в Україні

Найменування	2019 р., млн. грн.	2020 р., млн. грн.	Структура 2019 р.	Структура 2020 р.	Відхилення структури 2020 р. від 2019 р.
Банерна реклама та оголошення	3 240	3 180	20,18%	15,97%	-4,21%
Спонсорство	200	–	1,25%	–	–
Цифрове відео (вкл. YouTube)	2 939	3 800	18,31%	19,09%	0,78%
Платний пошук	9 000	12 300	56,06%	61,78%	5,72%
Інша цифрова реклама	676	630	4,21%	3,16%	-1,05%
Всього	16 055	19 910	100,00%	100,00%	–

Джерело: складено автором на основі даних табл. 5

зменшився на 6,80% у 2020 р. порівняно з підсумками минулого року, складаючи 630 млн. грн. Загальний обсяг інтернет-ринку збільшився на 24,01% у 2020 р.

Експерти мають оптимістичні сподівання на 2021 р., адже очікується зростання обсягу банерної реклами та оголошень на 15,00%, цифрового відео – на 40,00%, пошукової реклами – на 45,00%, іншої цифрової реклами – на 10,00%, а також загальне зростання інтернет-ринку на 38,15%.

Результати економічної діагностики структури ринку цифрової реклами представлено у табл. 6.

Дані таблиці свідчать про те, що істотних зрушень за аналізований проміжок часу не сталося: питома вага банерної реклами та оголошень скоротилась на 4,21%, частка відеореклами зросла на 0,78%, частка пошукової реклами зросла на 5,72%, частка іншої цифрової реклами скоротилась на 1,05% у 2020 р. порівняно з 2019 р.

За словами фахівців, пошукова реклама та відео-реклама продовжуватимуть демонструвати позитив-

ний тренд, у 2021 р. збережуть лідерство за темпами зростання, а банерна реклама покаже зростання як за рахунок органічного зростання медіа, так і за рахунок бюджетів з інших медіа [9, с. 50].

Популярність інфлюенсер-маркетингу актуалізувала необхідність оцінювання цього сегменту ринку експертами ІАВ вже в першому кварталі 2021 р., а також запустила процеси систематизації, тобто формування глосарію, підходу до рейтингу гравців, опису структури ринку інфлюенсер-маркетингу [10, с. 436].

Розглянемо структуру цифрової реклами в Україні у 2020 р. (рис. 4).

З представленої діаграми робимо висновок про те, що найбільшу питому вагу у загальному складі цифрової реклами має реклама, розміщена на пошукових ресурсах, її частка у 2020 р. складає 61,78%. Частка реклами, представленої у відеоформаті, становить 19,09%. Частка банерної реклами та оголошень становить 15,97% у загальному підсумку цифрової реклами.

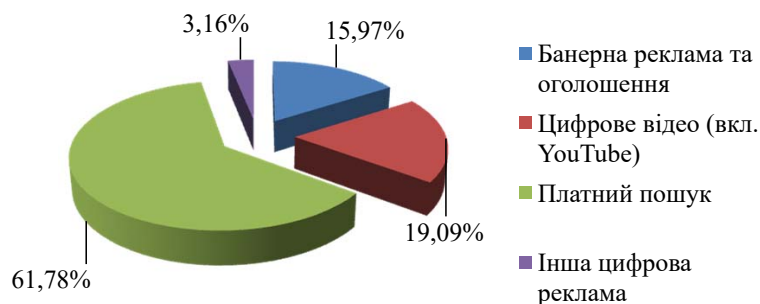


Рис. 4. Структура українського ринку медіа у 2020 р., %

Джерело: складено автором на підставі даних табл. 6

Найменшу питому вагу має інша цифрова реклама, її частка складає 3,16% у загальному обсязі.

Висновки. Отже, під ринком маркетингових комунікацій розуміємо сукупність обмінно-перерозподільних відносин, пов'язаних із процесами створення, купівлі-продажу, використання специфічного товару,

а саме інструменту маркетингових комунікацій.

Встановлено, що обсяг рекламного медіаринку у 2020 р. складає 24 517 млн. грн., що на 1,03% менше, ніж у 2019 році. Найбільше падіння зафіксовано в таких секторах, як реклама в кінотеатрах (-65,52), зовнішня реклама (-25,50%) та реклама у пресі (-20,76%). Детермінантами таких змін стали зниження доходів та, відповідно, купівельної спроможності населення, а також карантинні заходи, спричинені пандемією COVID-19.

Однак експерти ВРК мають оптимістичні очікування на 2021 р., адже прогнозують збільшення обсягів рекламного медіаринку на 16,07%, ринку маркетингових сервісів – на 7,62%, цифрової реклами – на 38,15%.

Активні процеси розвитку ринку маркетингових комунікацій зумовлюють постійний перегляд та вдосконалення методології оцінювання цього ринкового сегменту з боку фахівців.

Список використаних джерел:

1. Примак Т.О. Маркетингові комунікації на сучасному ринку : навчальний посібник. Київ : Лібра, 2017. 202 с.
2. Офіційний сайт Всеукраїнської рекламної коаліції. URL: <https://vrk.org.ua/ad-market> (дата звернення: 01.12.2020).
3. Офіційний сайт Міжнародної асоціації маркетингових ініціатив. URL: <http://uaport.net/uk/cat/site/mami-org-ua-ru> (дата звернення: 10.12.2020).
4. Райко Д.В., Цейтлін Л.М. Розроблення класифікації інструментів маркетингових комунікацій. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2017. № 2. С. 36–46.
5. Котлер Ф., Армстронг Г., Вонг В., Сондерс Д. Основи маркетингу : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2014. 752 с.
6. Ковальчук С.В., Лазебник М.Р. Ринок маркетингових комунікацій України: огляд та тенденції розвитку. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки»*. 2016. № 5 (2). С. 126–136.
7. Ринково-орієнтоване управління інноваційним розвитком : монографія / за ред. С.М. Ілляшенка. Харків : Діаплюс, 2017. 448 с.
8. Литовченко І.Л. Удосконалення класифікації засобів маркетингової комунікативної діяльності. С. 97–104. URL: <http://vlp.com.ua/files/special/14.pdf> (дата звернення: 14.12.2020).
9. Охріменко Г.В. Використання BTL-реклами та інтегрованих маркетингових комунікацій в рекламній стратегії просування товару на ринок. *Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки*. 2018. № 23. С. 48–52.
10. Хмарська І.А. Інноваційні тренди на ринку маркетингових комунікацій та їх вплив на діяльність підприємств легкої промисловості України. *Науковий вісник Миколаївського національного університету ім. В.О. Сухомлинського*. 2018. № 21. С. 434–451.

References:

1. Prymak T.O. (2017) *Marketing communications in the modern market*. Kyiv: Libra.
2. Ofitsiyni sait Vseukrainskoi reklamnoi koalitsii [Official site of the All-Ukrainian Advertising Coalition]. Available at: <https://vrk.org.ua/ad-market> (accessed 01 December 2020).
3. Ofitsiyni sait Mizhnarodnoi asotsiatsii marketynhovykh initsiatyv [Official site of the International Association of marketing initiatives]. Available at: <http://uaport.net/uk/cat/site/mami-org-ua-ru> (accessed 10 December 2020).
4. Raiko D.V., Tseitlin L.M. (2017) Rozroblennia klasyfikatsii instrumentiv marketynhovykh komunikatsii [Development of classification of marketing communication tools]. *Marketing and innovation management*, vol. 2, pp. 36–46.
5. Kotler F., Armstrong H., Vong V., Sonders D. (2014) *Osnovy marketynhu* [Fundamentals of marketing]. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury.
6. Kovalchuk S.V., Lazebnyk M.R. (2016) Rynok marketynhovykh komunikatsii Ukrainy ohliad ta tendentsii rozvytku [Marketing communications market of Ukraine: review and development trends]. *Bulletin of Khmelnytsky National University. Economic Sciences Series*, vol. 5, no. 2, pp. 126–136.
7. Illiashenko S.M. (2017) *Rynkovo-orientovane upravlinnia innovatsiynym rozvytkom* [Market-oriented management of innovation development]. Kharkiv: Disaplius.
8. Lytovchenko I.L. (2019) *Udoskonalennia klasyfikatsii zasobiv marketynhovoї komunikativnoї diialnosti* [Improving the classification of means of marketing communication]. Pp. 97–104. Available at: <http://vlp.com.ua/files/special/14.pdf> (accessed 14 December 2020).
9. Okhrimenko H.V. (2018) Vykorystannia BTL-reklamy ta intehrovanykh marketynhovykh komunikatsii v reklamni strategii prosuvannia tovaru na rynek [The use of BTL-advertising and integrated marketing communications in the advertising strategy of product promotion]. *Scientific Bulletin of Volyn National University named after Lesya Ukrainka*, vol. 23, pp. 48–52.
10. Khmarska I.A. (2018) Innovatsiini trendy na rynku marketynhovykh komunikatsii ta yikh vplyv na diialnist pidpriemstv lehkoї promyslovosti ukrainy [Innovative trends in the market of marketing communications and their impact on the activities of light industry enterprises of Ukraine]. *Scientific Bulletin of Mykolayiv National University named after V.O. Sukhomlinsky*, vol. 21, pp. 434–451.

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

УДК 336.717.16:657.6

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/162-18>**Волкова А. Г.**

магістр,

Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського

Данік Н. В.

кандидат економічних наук, доцент,

Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5821-6232>**Колеватова А. В.**

кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів та обліку,

Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського

Volkova Alona, Danik Natalia, Kolevatova Alona

V.O. Sukhomlynskyi Mykolaiv National University

ВНУТРІШНІЙ АУДИТ ЯК ЗАСІБ ПРОТИДІЇ ШАХРАЙСТВУ В БАНКАХ

У статті проведено ретельний аналіз теоретичних та практичних аспектів банківського шахрайства. Банківництво є одним з важливих елементів системи суспільних, а також економічних відносин у країні. Під час вивчення наявної системи здійснення банківських операцій виявлено можливості для здійснення фінансових махінацій та відсутність заходів щодо запобігання ним. Основна увага приділена аналізу можливих схем банківського шахрайства та їх впливу на діяльність комерційного банку, матеріальне благополуччя клієнтів і національної економіки загалом. Наголошено на проблемах приховування фактів участі у внутрішньому шахрайстві працівників банків задля недопущення погіршення або псування репутації такої структури. Запропоновано залучити для виявлення таких злочинних дій та запобігання ним механізми впливу внутрішнього аудиту з використанням наданих пропозицій.

Ключові слова: банк, шахрайство, внутрішній аудит, аудитор, фінансова махінація, репутація, контроль, нагляд.

INTERNAL AUDIT AS A MEANS OF COUNTERACTION FRAUD IN BANKS

The article provides a thorough analysis of theoretical and practical aspects of banking fraud. Banking is one of the important elements of the system of social and economic relations in the country. The study of the existing system of banking operations revealed opportunities for financial fraud and the lack of measures to prevent them. Since the main structural elements of the banking system are banks, it is necessary to be very meticulous about the efficiency of their activities and to exercise both external and internal control over the performance of their inherent functions. This category is manifested in banking supervision carried out by the regulator – the National Bank of Ukraine. But internal control over the illegal actions of bank employees and insiders is no less effective means of detecting violations and preventing internal bank risks. Such control can be carried out by means of internal audit of the bank's activity, by means of special procedures and methods of detection of elements of financial fraud. Bank fraud is a topic that is often ignored and the perpetrators are not punished at all, and, of course, information about such cases is not made public, because in the first place - it will affect the reputation of the bank. The main attention is paid to the analysis of possible schemes of banking fraud and their impact on the activities of a commercial bank, the material well-being of customers and the national economy in general. The problems of concealing the facts of participation in the internal fraud of bank employees in order to prevent deterioration or damage to the reputation of such a structure are emphasized. It is proposed to involve internal audit mechanisms to detect and prevent such criminal acts, using the provided proposals. However, researchers and researchers are still trying to investigate banking fraud and the possibility of preventing it through internal audit. Thus, after studying the regulations, periodicals and scientific publications on this topic, we can say that internal audit in modern conditions of banking development is thus an effective means of combating banking fraud, as external audit cannot guarantee users of financial statements of the bank or clients of the reliability of the internal control system, which is manifested in the fact that only internal audit, so to speak, within the bank, can detect certain crimes.

Keywords: bank, fraud, internal audit, auditor, financial fraud, reputation, control, supervision.

JEL classification: P34, G21, G41

Постановка проблеми. В сучасних умовах неможливо не розуміти важливість гармонійного розвитку банківської системи на тлі динамічних змін в економічній та політичній ситуації в країні. Оскільки основними структурними елементами банківської системи є банки, слід дуже прискіпливо ставитись до ефективності їх

діяльності та здійснювати як зовнішній, так і внутрішній контроль за виконанням властивих ним функцій. Ця категорія проявляється у банківському нагляді, що здійснюється регулятором – Національним банком України. Однак внутрішній контроль за протиправними діями працівників банку та інсайдерів є не менш дієвим засо-

бом виявлення порушень та запобігання внутрішньо-банківським ризикам. Здійснити такий контроль можна за допомогою внутрішнього аудиту діяльності банку, спеціальних процедур та методів виявлення елементів фінансового шахрайства. Ми вважаємо, що зацікавлені користувачі фінансової звітності банку мають бути впевненими в тому, що кожна оприлюднена фінансова звітність банку представлена достовірно, в усіх суттєвих аспектах, фінансовий стан банку на кінець звітного періоду, його фінансові результати, рух грошових коштів за звітний період дійсно відповідають нормативам щодо організації бухгалтерського обліку та звітності в банківських установах України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Шахрайство в банках – це тема, яка дуже часто замовчується, а до покарання винних взагалі справа не доходить, звичайно, про такі випадки інформація не виноситься на широкий загаль, адже перш за все це вдарить по репутації банку, хоча науковці та дослідники все ж таки намагаються дослідити банківське шахрайство та можливість запобігання йому за допомогою внутрішнього аудиту. Такими вченими в Україні є Б.Ф. Усач [4; 5], В.П. Сухонос [2], С.С. Чернявський [3]. Проте схеми банківського шахрайства удосконалюються, постійно оновлюються, тому вважаємо за потрібне продовжувати досліджувати це питання для формування якісно нових процедур проведення внутрішнього аудиту в банках стосовно саме фінансового шахрайства.

Мета статті полягає у вивченні шахрайських схем у банківських структурах в Україні та визначенні можливостей протидії ним засобами внутрішнього аудиту.

Виклад основного матеріалу. Банківське шахрайство – це одна з найбільш складних, але й найбільш простих схем збагачення, яка полягає у тому, що працівник банку, який, до речі, може перебувати у змові з керівництвом (в чому полягає основна складність під час виявлення такого злочину), має дуже велику спокусу щодо вчинення таких протиправних дій. В такій ситуації шахрай, до речі, не вважає себе злочинцем, він, навпаки, вважає себе великим «махінатором» та «розумником», який зміг втілити в життя свій стартап, бізнес-ідею, а якщо він ще й залишився непокараним, то цим взагалі можна пишатись.

В банківських структурах сконцентровано неабияку кількість грошових коштів, причому у різних формах, деякі з них для досвідченого шахрая є практично не захищеними, крім того, якщо діяти розумно, то можна навіть невеликими сумами досягти значного рівня фінансового забезпечення. Саме банки – це те місце, де для шахраїв ласе поле для діяльності.

Нинішня ситуація у світі загалом та у країні зокрема пов'язана насамперед із розвитком діджиталізації та дистанційності послуг, що надаються. Вони є дуже зручними змінами для користувачів таких послуг, але водночас розвиток глобальних систем автоматизації різноманітних операцій, електронного зв'язку, дистанційного доступу до інформації привів до значної «інтелектуалізації» злочинності та шахрайства.

Прийнято вважати, що основні схеми шахрайства в банківській сфері вчиняються ззовні, але схем шахрайства, в яких задіяні працівники, керівники або інсайдери, значно більше. Це дуже ускладнює роботу щодо виявлення фактів шахрайства та професійних зловживань, адже працівник, який був викритий за вчиненням

шахрайства, не буде нести кримінальну відповідальність в жодному разі, він буде просто звільнений, і далі він працевлаштується в наступному банку, де знову «проверне» свою схему.

Отже, кількість таких злочинів щороку зростає, майже 70% їх здійснюються або винятково співробітниками банку, або за їхньої активної участі, адже безкарність породжує нові злочини, які будуть ще більш витонченими та масовими. Ми не вважаємо, що лише український менталітет здатен на такі злочини, Україна просто не є винятком на світовій арені в банківській сфері.

Ми наведемо лише декілька прикладів шахрайських схем за участю працівників банку. Поширеним методом нанесення збитків банку є процес кредитування, коли банку надаються фіктивні документи про заставу, а відповідальний за цей етап кредитування менеджер вступає у зговір з оцінщиком застави, який оцінює непридатне для продажу або взагалі ненайване майно за іншим, вищим, класом. Отже, після отримання кредиту позичальник не виплачує кредит, а застava не може бути банком використана для реалізації, що призводить до збитків. Злочинна група, отримавши кожен свою частку, перекочує до наступного міста, банку тощо. При цьому, що банк і так постійно перебуває в зоні ризику неповернення власних коштів у зв'язку з низькою ліквідністю таких активів.

Дуже часто працівниками банку підробляється фінансова звітність банку, і тільки дуже вправний аудитор зможе виявити такий злочин.

У сфері кредитування дуже багато шляхів здійснення махінацій як із заставою, так і з оформленням кредитних документів, а ошуканим тут може бути як банк безпосередньо, так і клієнт банку, наприклад, під час надання згоди щодо надання кредиту від імені фірми чи рішення правління про згоду на надання застави. Звичайно це можна інтерпретувати як просте перевищення повноважень, але ж підробка документів є злочином у будь-якому разі. Така ситуація приведе до того, що керівництво матиме можливість відмовитись від повернення кредиту, адже такий документ не є дійсним, тобто не має правової сили.

Шахрай завжди випереджає банк у своїх діях, оскільки він зазвичай прискіпливо, до тонкощів, планує свою діяльність, плутаючи сліди. Повернути кошти, навіть якщо злочинця виявлено, практично неможливо або це займе дуже багато часу, що, зрештою, призведе до втрат банківської структури.

Існує й досить ефективно діє схема надання кредитів пов'язаним з банком особам. Стосовно них в НБУ прописано чіткий регламент, встановлено норматив (обмеження не більше 25%), за виконанням цього нормативу проводиться суворий контроль, для чого комерційні банки обов'язково показують у звітності суму таких кредитів. Кошти під час кредитування пов'язаних осіб зазвичай виводяться керівником банку через надання кредиту афілійованим компаніям. Банківська звітність для НБУ буде складена належним чином, тут не буде порушення. Однак одночасно один і той самий бенефіціар є спроможним створити неосяжну кількість компаній, зокрема через підставних осіб, які часто досить складно пов'язати між собою, отже, довести афілійованість. Сюди ж слід віднести створення компаній в офшорах, що не дає змоги розкривати інформацію про кінцевого бенефіціара.

Сучасна економічна ситуація на межі кризи спрацювала як каталізатор до пожвавлення банківського шахрайства та появи нових кримінальних ризиків. Найбільш простим способом здійснення шахрайства є проведення санації у навмисно доведеному до банкрутства банку. В такому разі керівники банків укладають заздалегідь невигідні угоди, це робиться задля доведення кредитної організації до стану банкрутства й дає змогу не розраховуватися зі вкладниками. Однією з найпоширеніших схем є купівля цінних паперів («сміттєвих акцій», векселів та боргових зобов'язань фірм-«одноденок»), які нічого не вартують на ринку, а за номінальну вартість у сукупності складають величезну суму [4, с. 52].

Ще однією поширеною схемою виведення активів з банкрутуючих банків є видача кредитів на підставні компанії. Саме з такими схемами пов'язані найгучніші «банківські» кримінальні справи й найбільші суми викрадених коштів [5, с. 63].

Також великою категорією банківських злочинів є пряме розкрадання коштів. Як говорив М.М. Жванецький, «хто що охороняє, той це й має». Коли банківський службовець бачить, що в нього прямо під руками лежать мільярди, при цьому зсередини знає всю механіку банківського рахівництва, він, звичайно, починає замислюватися, чи можна щось непомітно у цих рахунках «підправити» [5, с. 70].

Чимало в банківських злочинах і порівняно незначних розкрадань, коли співробітники різних банків намагаються викрадати гроші прямо з рахунків клієнтів. Зазвичай вибираються рахунки померлих осіб або рахунки, по яких давно не відбувалося операцій [2, с. 161].

Фінансове шахрайство в комерційному банку – це складне явище, яке являє собою систему маніпуляцій у сфері банківського грошового обігу та фінансових маніпуляцій. Важливим сучасним аспектом цього явища є те, що воно не обмежується матеріальною метою, а охоплює й нематеріальні мотиви, тобто задоволення від моральної протестної самореалізації [3, с. 85].

Європейський менталітет формує інше ставлення до шахрайства за участю співробітників у банках. Якщо працівник був навіть тільки запідозрений у шахрайстві, він отримує «пляму» на репутації і ніколи вже не буде прийнятий на роботу до банку або іншої фінансової установи, а якщо його провина була доведена, то на нього чекає кримінальна відповідальність. Звичайно, за таких умов у європейських банках рівень шахрайства значно нижчий.

В наших банках все відбувається дещо за іншим сценарієм, а має бути так, щоб хоча б усередині структури всі знали, що відбулась певна махінація, вона виявлена, а зловмисник покараний. Все це має бути оприлюднено, обговорено, а винний дійсно має бути покараний і переданий до правоохоронних органів. Це має бути показова справа, щоби більше нікому навіть на думку не спало повторювати таку справу. Керівництво банку й колектив мають виступити різко проти шахрайства, продемонструвати нетолерантне ставлення до такого злочину.

І банки, і їх клієнти сильно потерпають від шахрайських дій, тому слід вживати певних захисних заходів щодо протидії банківському шахрайству. Робота ця має бути комплексною, неупередженою,

але вимогливою та системною. Для попередження шахрайства важливо працювати зі співробітниками на кожній лінії захисту.

Першими, хто має спокусу до здійснення шахрайства, є працівники фронт-офісу, до яких перших потрапляє клієнт, отже, з ними слід проводити безперервну роботу стосовно їх ставлення до банківської етики й навіть надавати легкі натяки стосовно можливого покарання.

Наступними працівниками, що підпадають під категорію ризику щодо махінацій, є працівники підрозділу з управління ризиками та бек-офісні співробітники, що задіяні у перевірці позичальника й оцінюванні заставних активів.

Нарешті, засобом протидії банківському шахрайству є проведення внутрішнього аудиту, періодичність якого в кожному банку є суб'єктивною, але її має визначати комітет з управління ризиками конкретного банку, а залежати він буде від рівня кредитних ризиків в портфелі банку.

За визначенням, шахрайство – це дещо протизаконне, зроблене умисно. Саме умисел є критерієм, за допомогою якого можна відрізнити шахрайство від помилки або неточності. Під шахрайством у визначенні МСА 240 розуміються умисні дії, вчинені особою або групою осіб як керівного складу, так і рядових працівників економічного суб'єкта, а також третіми особами, які потягли за собою перекручене подання результативних показників фінансової звітності [3, с. 99].

Для аудитора нелегкою задачею є під час проведення аудиторської перевірки розібратись, де все ж таки навмисне злодіяння, а де помилка, яка є наслідком невмілих розрахунків, тобто він завжди має робити на це певну похибку. В цьому йому може допомогти якісна й всебічна перевірка виконання службою внутрішнього контролю їх функцій, адже зазвичай до такої служби входять працівники банку, які з огляду на обставини спілкуються з колективом, внаслідок власних симпатій чи антипатій можуть неправильним шляхом спрямувати аудитора та керівництво в процесі вивчення правомірності певних дій банківської структури.

Незважаючи на те, що аудитор не несе відповідальності за запобігання фактам шахрайства та помилок (ці функції покладаються на керівний орган економічного суб'єкта), проведення щорічного аудиту фінансової звітності дає змогу з певним ступенем ймовірності запобігти можливості шахрайства, сприяти підвищенню достовірності фінансової звітності та налагодженню системи внутрішнього контролю. Задля цього ще на стадії планування аудитор зобов'язаний оцінити можливий ризик суттєвих перекручувань внаслідок шахрайства та помилок. При цьому він повинен зробити запит до керівництва економічного суб'єкта з питань наявності відомостей про будь-які факти шахрайства або помилок, виявлених раніше [1].

Аудитори все ж таки у межах своєї компетенції можуть вживати заходів протидії шахрайським операціям щодо банку. До них можна віднести такі дії:

1) раптові перевірки окремих підрозділів, що сприяють ідентифікації можливостей для зловживань чи вже здійснених фактів шахрайства, що призводять до викривлення фінансової звітності банку;

2) зміщення строків проведення інвентаризації або підрахунку залишків коштів у касі банку якнайближче до кінця місяця (кварталу, півріччя, року);

3) використання спеціального програмного забезпечення, яке приєднується до інформаційних систем банку та дає змогу знайти нетипові бухгалтерські проведення, операції, здійснені в неопераційний час чи ініційовані явно вигаданим користувачем;

4) детальна перевірка коригуючих бухгалтерських проведення.

Висновки. Таким чином, після вивчення нормативних документів, періодичних та наукових видань з цієї тематики можемо зазначити, що внутрішній аудит

у сучасних умовах розвитку банківництва є ефективним засобом боротьби з банківським шахрайством, оскільки аудит зовнішній не може гарантувати ні користувачам фінансової звітності банку, ні клієнтам надійності системи внутрішнього контролю, що проявляється саме в тому, що тільки внутрішній аудит, будучи, так би мовити, всередині банку, може виявити певні злочини. Зовнішній аудит не зможе виявити схем таких махінацій, якщо вони не будуть прямо вказувати на протизаконні дії.

Список використаних джерел:

1. Про банки і банківську діяльність : Закон України від 7 грудня 2000 р. № 2121-III / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws> (дата звернення: 03.12.2020).
2. Сухонос В.П. Протидія шахрайству з фінансовими ресурсами у банківській сфері. *Кримінальне право*. 2012. № 8. С. 160–168.
3. Чернявський С.С. Фінансове шахрайство: методологічні засади розслідування : монографія. Київ : Хай- ТекПрес, 2010. 624 с.
4. Усач Б.Ф. Аудит за міжнародними стандартами : монографія. Київ : Знання, 2005. 247 с.
5. Усач Б.Ф. Аудиторська звітність за міжнародними стандартами. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2007. № 577. 507 с.

References:

1. Pro banky i bankivsku diialnist : Zakon Ukrainy vid 7 hrudnia 2000 r. no 2121-III / Verkhovna Rada Ukrainy. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws> (accessed 03 December 2020).
2. Sukhonos V.P. (2012) Protydiia shakhraistvu z finansovymy resursamy u bankivskii sferi [Counteraction to fraud with financial resources in the banking sector]. *Kryminalne parvo*, no. 8, pp. 160–168.
3. Cherniavskiy S.S. (2010) Finansove shakhraistvo: metodolohichni zasady rozsliduvannia [Financial fraud: methodological principles of investigation] : monohrafiia. Kyiv : Khai- TekPres, pp. 624.
4. Usach B.F. (2005) Audyt za mizhnarodnymy standartamy [Audit according to international standards] : monohrafiia. Kyiv : Znannia, pp. 247.
5. Usach B.F. (2007) Audytorska zvitnist za mizhnarodnymy standartamy [Audit reporting according to international standards]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska politekhnika". Menedzhment ta pidpriemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia i problemy rozvytku*, no. 577, pp. 507.

УДК 339.172

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/162-19>**Кепко В. М.**кандидат економічних наук, доцент,
Білоцерківський національний аграрний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6432-7211>**Новікова В. В.**кандидат економічних наук, доцент,
Білоцерківський національний аграрний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7985-1489>**Непочатенко А. В.**кандидат економічних наук, доцент,
Білоцерківський національний аграрний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0809-8482>**Kepko Valentyna, Novikova Victoria, Nepochatenko Andrii**
Bila Tserkva National Agrarian University

БІРЖОВА ТОРГІВЛЯ ТА СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ ЇЇ РОЗВИТКУ

У статті проведено дослідження біржової торгівлі України як однієї зі стратегічних економічно ефективних форм фінансово-підприємницької діяльності. Зазначено, що сьогодні біржі в Україні не посіли належного місця, як того вимагають нові економічні умови, що викликає необхідність переосмислення їх сутності та призначення, розроблення науково обґрунтованих пропозицій щодо формування ефективного біржового механізму, сприятливих організаційних і правових умов їх функціонування. Встановлено, що сучасний етап біржової торгівлі характеризується певними трансформаційними процесами. З'ясовано, що біржова система України нині ще досить інтегрована у світовий фінансово-економічний простір, що відображається на котируванні вітчизняних цінних паперів. Проаналізовано показники обсягів реалізації цінних паперів як одного з напрямів діяльності у сфері біржової торгівлі. Окреслено ключові проблеми у сфері біржової діяльності та визначено стратегічні напрями її розвитку в Україні.

Ключові слова: біржа, торгівля, біржова торгівля, стратегія, ринок, підприємництво.

STOCK EXCHANGE TRADING AND STRATEGIC ASPECTS OF ITS DEVELOPMENT

Stock exchange activity is a leading link in the market economy and it is a complex mechanism that responds sensitively to all socio, economic and political processes taking place in the country. It is an indicator of pricing in society. The level of business activity on the stock exchange indicates both the economic stability of the country and the presence of financial and economic crisis in the world. As of today, stock exchanges in Ukraine have not taken their rightful place as required by the new economic conditions, which necessitates rethinking of their essence and purpose, developing scientifically grounded proposals for the formation of an effective exchange mechanism, favorable organizational and legal conditions for their operation. The main purpose of the stock exchange activity in Ukraine is to increase the competitiveness of the financial market of Ukraine and create favorable conditions for engaging not only foreign but also domestic capital into the country's economy. Therefore, there is currently a problem of in-depth study of the issues of the stock exchange trading and the definition of strategic aspects of the development of stock exchange activities in Ukraine. The article examines stock exchange trading in Ukraine as one of the strategic cost-effective forms of financial and entrepreneurial activity. It is stated that as of today stock exchanges in Ukraine have not taken their rightful place as required by new economic conditions, which necessitates rethinking their essence and purpose, developing scientifically sound proposals for the formation of an effective exchange mechanism, favorable organizational and legal conditions for their operation. It has been established that the current stage of stock exchange trading is characterized by certain transformational processes. It has been found out that the stock exchange trading system of Ukraine is still quite integrated into the world financial and economic space which is reflected in the quotation of domestic securities. The indicators of securities volume sales as one of the directions of activities in the sphere of stock exchange trading have been analyzed. The key problems in the field of stock exchange trading activity have been outlined and the strategic directions of its development in Ukraine have been determined.

Keywords: exchange, trading, stock exchange trading, strategy, market, entrepreneurship.

JEL Classification: D44, D47, D53, G13, G15

Постановка проблеми. В останні роки глобалізація світових фінансових ринків являє собою процес, що динамічно розвивається та залучає до своєї сфери все більше інституціональних та міждержавних інвесторів.

Сучасний стан біржової діяльності в Україні значно відрізняється від загальноприйнятих у світі стандартів

і правил, оскільки діючі біржі далекі від класичного поняття біржі як в економічному, так і в організаційному аспекті. Незважаючи на велику кількість бірж в Україні, існує багато перешкод для їх ефективного функціонування, а саме: досі не створено коло біржових товарів; відсутній ефективний державний контроль; законодавство, що регулює біржову діяльність

недосконале (нормативні акти носять поверхневий характер та не містять цілої низки головних аспектів для створення повноцінного біржового товарного ринку) [1, с. 140].

Сьогодні біржі в Україні не посіли належного місця, як того вимагають нові економічні умови, що викликає необхідність переосмислення їх сутності та призначення, розроблення науково обґрунтованих пропозицій щодо формування ефективного біржового механізму, сприятливих організаційних і правових умов їхнього функціонування [2, с. 96]. Тому нині існує проблема щодо поглибленого дослідження проблематики ведення біржової торгівлі та визначення стратегічних аспектів розвитку біржової діяльності в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зміна відносин власності, перехід від планово-директивних методів управління до ринкових і, як наслідок, реформування сфери товарообігу зумовили необхідність дослідження низки теоретичних та практичних питань, які тривалий час не знаходили достатнього відображення у вітчизняній економічній науці. До них відносяться і проблеми діяльності бірж [3, с. 25].

Проблеми біржової діяльності досліджували як іноземні, так і вітчизняні вчені, серед найбільш популярних слід назвати праці таких дослідників, як: С.Я. Бугеля [3], М.Р. Ваврін [7], В.В. Говрі [7], Р.П. Дудяк [3], Ю.А. Ішук [1], М.В. Мокляк [4], С.В. Науменкова [6], А.М. Слободяник [5], О.М. Сохацька [9], О.В. Томчук [10], В.А. Рябошапка [2], В.М. Шелудько [8], Т.Г. Щепіна [2] та інші. Так, зокрема, М.В. Мокляк [1] зазначає, що «за умови стабілізації економіки та накопичення досвіду біржі можуть і мають стати повноцінними індикаторами ринкових цін, оскільки саме біржі займають провідну позицію на товари та сировину на основі співвідношень фактичних попиту і пропозиції. Завдяки біржам починають відбуватися процеси самоликвідації тіньового ринку через прозорість товарних потоків» [4, с. 139].

Ю.А. Ішук вказує на те, що «сучасний світовий біржовий ринок стрімко розвивається та впливає на різні сторони ведення господарської діяльності. Під впливом глобалізаційних процесів відбуваються кардинальні зміни в біржовій торгівлі. Відбувається об'єднання міжнародних бірж з метою утворення альянсів для оптимізації введення біржової торгівлі. Так фондові і товарні біржі перетворюються на універсальні біржові альянси. Крім того, значно розширюється номенклатура біржових товарів» [1, с. 136].

«У сучасних умовах біржовий ринок виконує роль одного з інструментів, покликаних регулювати рух капіталів і забезпечувати їх вільне переміщення з однієї галузі економіки в іншу», – зазначає у своєму дослідженні А.М. Слободяник та додає, що «він слугує для полегшення процесу торгівлі, створення ефективного механізму укладання торгових угод, а також для захисту інтересів як продавців, так і покупців від несприятливих змін цін. Таким чином, біржовий ринок являє собою один із видів організованого ринку, який функціонує у визначеному місці, за єдиними законодавчо встановленими правилами та нормами, де здійснюють торговельні операції брокери та брокерські контори для одержання прибутку» [5, с. 109].

«Біржова торгівля є універсальним механізмом ринкової організації, масштабом використання якого

можна вимірювати стан розвитку економіки країни», – аргументує С.В. Науменкова [6, с. 6].

Науковці М.Р. Ваврін та В.В. Говрі проаналізували основні економічні індикатори біржової торгівлі України [7, с. 251–260]. В.М. Шелудько досліджувала біржовий фінансовий ринок та надавала пропозиції щодо використання похідних фінансових інструментів для страхування ризиків на ринку [8, с. 78–79]. Глибоко аналізуючи біржовий ринок, О.М. Сохацька наголошує на необхідності використання фундаментального і технічного методів аналізу та контролю за технічними індикаторами й осциляторами для ефективності проведення біржових операцій [9, с. 185–211].

Невирішені частини проблеми. Як бачимо з проведеного аналізу досліджень та публікацій, вченими активно досліджуються різні питання щодо біржової діяльності. Але, незважаючи на значну кількість публікацій щодо вивчення біржового ринку, його сучасний стан та стратегічні аспекти розвитку залишаються недостатньо розкритими і потребують подальшого дослідження. Цей факт указує на потребу у додатковому вивченні цього питання.

Мета статті полягає у дослідженні біржової торгівлі України як однієї зі стратегічних економічно ефективних форм фінансово-підприємницької діяльності.

Зважаючи на мету, основним завданням дослідження є аналіз основних напрямів діяльності у сфері біржової торгівлі, зокрема щодо реалізації цінних паперів та визначення ключових проблем і стратегічних аспектів розвитку біржової діяльності в Україні.

Виклад основного матеріалу. Біржова діяльність є провідною ланкою ринкової економіки і виступає складним механізмом, який чутливо реагує на всі соціально-економічні, політичні та соціопсихологічні процеси, що відбуваються в країні. Вона є індикатором ціноутворення в суспільстві. Рівень ділової активності на біржі свідчить як про економічну стабільність країни, так і про наявність фінансової та економічної кризи у світі [10, с. 249].

Основною метою біржової діяльності в Україні є підвищення конкурентоспроможності фінансового ринку України та створення сприятливих умов для залучення в економіку країни не тільки іноземного, але і внутрішнього капіталу.

Говорячи про біржі, слід розглянути певні історичні аспекти, що сприяли розвитку біржової діяльності в Україні. Так, зазначимо, що «біржові торги в Україні беруть свій початок з 1992 року. До початку роботи «Української біржі» у 2009 році, на жодній з бірж не було системи гарантій виконання угод. Біржі мали вигляд дошки оголошень або системи обміну повідомленнями. Для приватного інвестора за таких технологій існували деякі складнощі, пов'язані з додатковими тимчасовими й фінансовими витратами.

Кардинальні зміни відбулися з початком роботи «Української біржі». У травні 2008 року найбільші учасники українського ринку цінних паперів підписали договір із «Фондовою біржею РТС» про створення в Києві нової біржі у формі відкритого акціонерного товариства. Така форма власності була вибрана для забезпечення максимальної прозорості корпоративного керування з найперших днів. 26 березня 2009 року на «Українській біржі» почалися торги цінними паперами.

У травні 2010 року почав роботу строковий ринок – торгівля ф'ючерсами. А 2011 рік був ознаменований введенням нового інструмента на ринок – опціону. Сьогодні для торгів на «Українській біржі» доступні такі інструменти: акції, облігації, ОВДП, інвестиційні сертифікати, ф'ючерси, опціони. Нині Індекс UX розраховується, базуючись на цінах 5 акцій «блакитних фішок» України – акцій найбільш великих українських компаній, лідерів у своїх галузях.

Усі операції, які відбуваються на біржі, суворо регулюються державою. В Україні функцію регулятора фондового ринку виконує Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку. НКЦПФР видає ліцензії й регулює правила взаємодії між усіма учасниками фондового ринку країни. Також комісія здійснює державний контроль що стосується випуску та обігу цінних паперів та деривативів» [11].

«Біржі відіграють особливу роль в інфраструктурі сучасної ринкової економіки. За допомогою фінансових інструментів, а саме товарів, валюти, цінних паперів, біржа забезпечує роботу ринку. Біржа працює за принципом вільної конкуренції. Сучасний етап міжнародної біржової торгівлі характеризується певними рисами, критеріями та трансформаційними процесами. Завданнями біржі є організація і упорядкування ринків валют, товарів та капіталу, спрощення процесів торгівлі, стабілізація цін та захист інтересів продавців та покупців від негативних цінових змін, завдяки вирівнюванню попиту та пропозиції.

Для кожної біржі головним документом, який регламентує організацію її торгівлі, є правила біржі. Вони розробляються та затверджуються кожною біржою окремо, але з урахуванням та не порушуючи вимог чинного законодавства» [1, с. 136]. Слід зазначити, що біржова система України наразі ще досить інтегрована у світовий фінансово-економічний простір, що відображається на котируванні вітчизняних цінних паперів.

Відсутність практичного досвіду, зокрема стосовно аналізу ринкових трендів, на порівняно молодому українському фінансовому ринку, ускладнює роботу інвесторів та потенційних емітентів цінних паперів. Тому оцінка основних індикаторів українського ринку та їх взаємодія із міжнародними політичними та економічними подіями дасть змогу спрогнозувати ймовірний тренд ринкових цін на основні фінансові ринкові інструменти й відкрити потенційні інвестиційні можливості.

Волатильність курсів цінних паперів на вітчизняному ринку дає можливість працювати біржовим установам та отримувати достатньо високі прибутки в умовах стагнації світових фінансових ринків та розвивати біржову діяльність.

Оцінка біржових індексів дає змогу визначити деякі закономірності стосовно латентності фінансових складових та їх девальвації на фінансовому ринку України, відображає взаємозалежність між ними, визначає фактори, що впливають на національну економіку.

Біржова торгівля насамперед характеризується обсягом реалізації цінних паперів та їх кількістю, що перебуває в обігу на фондових біржах.

Згідно з даними «Інформаційної довідки щодо розвитку фондового ринку України протягом січня-жовтня 2020 року» [12], загальний обсяг випусків емісійних цінних паперів, зареєстрованих Національною

комісією з цінних паперів та фондового ринку у січні-жовтні 2020 року, становив 90 млрд грн, що менше на 2,23 млрд грн порівняно з відповідним періодом 2019 року (92,27 млрд грн).

Протягом січня-жовтня 2020 року Національною комісією зареєстровано 55 випусків акцій на суму 24,24 млрд грн (табл. 1).

Таблиця 1

**Обсяг та кількість випусків акцій,
зареєстрованих Національною комісією
протягом січня-жовтня 2020 року**

Період	Обсяг випуску акцій, млн грн	Кількість випусків, шт.
Січень	145,91	8
Лютий	59,00	1
Березень	618,22	4
Квітень	132,88	3
Травень	2 249,15	6
Червень	58,24	4
Липень	6 724,66	11
Серпень	794,26	6
Вересень	12 750,12	5
Жовтень	708,52	7
Усього	24 240,96	55

Джерело: складено за даними [12]

Водночас слід зазначити, що порівняно з аналогічним періодом 2019 року обсяг зареєстрованих випусків акцій зменшився на 38,26 млрд грн. Серед значних за обсягом випусків акцій, які суттєво вплинули на загальну структуру зареєстрованих випусків акцій у жовтні 2020 року, зареєстровано: випуски ПАТ АБ «Перший інвестиційний банк» на суму 337 млн грн та АТ АКБ «Конкорд» на суму 259 млн грн.

Комісією протягом січня-жовтня 2020 року зареєстровано 74 випусків облігацій підприємств на суму 29,35 млрд грн (табл. 2).

Водночас слід зазначити, що порівняно з аналогічним періодом 2019 року обсяг зареєстрованих випусків облігацій підприємств збільшився на 21,17 млрд грн.

Протягом січня-жовтня 2020 року обсяг випусків інвестиційних сертифікатів пайових інвестиційних фондів, зареєстрованих Комісією, становив 3,8 млрд грн, що більше на 278 млн грн порівняно з даними за аналогічний період 2019 року.

Протягом січня-жовтня 2020 року обсяг випусків акцій корпоративних інвестиційних фондів, зареєстрованих Національною комісією, становив 30,74 млрд грн, що більше на 13,9 млрд грн порівняно з даними за аналогічний період 2019 року.

Кількість внесених в ЄДРІСІ корпоративних інвестиційних фондів та пайових інвестиційних фондів з початку року за станом на 31.10.2020 року становить 275 інститутів спільного інвестування, серед них:

- 244 корпоративних інвестиційних фондів;
- 31 пайових інвестиційних фондів.

За жовтень 2020 року вилучено з ЄДРІСІ 1 пайових та 0 корпоративних інвестиційних фондів [11].

Провівши аналіз відкритої статистичної інформації щодо проведених торгів на організованому ринку за даними «Інформаційної довідки щодо розвитку фондового ринку України протягом січня-жовтня 2020 року»,

можна сказати, що обсяг біржових контрактів з цінними паперами становив 258,86 млрд грн.

Протягом січня-жовтня 2020 року, порівняно з даними аналогічного періоду 2019 року, обсяг біржових контрактів з цінними паперами збільшився на 1,52% (січень-жовтень 2019 року – 254,98 млрд грн) (табл. 3).

Найбільший обсяг торгів за фінансовими інструментами на організаторах торгівлі протягом зазначеного періоду зафіксовано з ОВДП – 253,69 млрд грн (98% від загального обсягу біржових контрактів на організаторах торгівлі протягом січня-жовтня поточного року) (табл. 4).

На біржовому ринку протягом січня-жовтня 2020 року спостерігалася консолідація торгівлі цінними паперами на двох фондових біржах – «Перспектива» та «ПФТС», що становило 99,6% вартості біржових контрактів (табл. 5).

Обсяг біржових контрактів з цінними паперами протягом січня-жовтня 2020 року на організаторах торгівлі на вторинному ринку становив 99,9% від загального обсягу біржових контрактів протягом зазначеного періоду (табл. 6).

Інформацію про первинних дилерів, які здійснювали функції маркет-мейкерів, відображено у табл. 7.

Також, провівши аналіз регіональних показників біржової торгівлі, можна сказати, що в Україні біржова діяльність здійснюється у всіх регіонах. Однак вона є найбільш розвиненою у трьох регіонах України, в яких було укладено 92,7% усіх біржових угод. Найбільше біржових угод проведено на біржах Київської області (4%) та м. Києва (79,7%), Полтавської (7,2%) та Дніпропетровської (1,8%) областей.

Висновки. Аналізуючи наведені дані та зіставляючи їх з мікро- та макроекономічними показниками діяльності нашої країни, можна сказати, що в Україні відсутній сегмент біржового ринку, незважаючи на рекордну кількість підприємницьких організацій з назвою «біржа», який виконував би притаманні йому важливі ринкові функції. Досі товарні біржі в Україні не посіли належного місця, як того вимагають нові економічні умови, що викликає необхідність переосмислення їх сутності та призначення, розроблення науково обґрунтованих пропозицій щодо формування ефективного біржового механізму, сприятливих організаційних і правових умов їх функціонування [2, с. 98].

Таблиця 2

**Обсяг та кількість випусків облігацій підприємств, зареєстрованих Національною комісією
протягом січня-жовтня 2020 року**

Період	Обсяг випуску облігацій підприємств, млн грн				Кількість випусків, шт
	Підприємства (крім банків та страхових компаній)	Банки	Страхові компанії	Загальний обсяг зареєстрованих випусків	
Січень	4774,64	200,00	0,00	4974,64	24
Лютий	0,00	0,00	0,00	0,00	0
Березень	0,00	0,00	0,00	0,00	0
Квітень	5992,00	0,00	0,00	5992,00	2
Травень	3398,16	0,00	0,00	3398,16	14
Червень	13642,00	0,00	0,00	13642,00	6
Липень	341,62	0,00	0,00	341,62	7
Серпень	310,00	0,00	0,00	310,00	10
Вересень	200,00	0,00	0,00	200,00	4
Жовтень	495,55	0,00	0,00	495,55	7
Усього	29153,97	200,00	0,00	29353,97	74

Джерело: складено за даними [12]

Таблиця 3

**Обсяг біржових контрактів з цінними паперами на організаторах торгівлі
протягом січня-жовтня 2020 року, млн грн**

Період	Учасник торгівлі				
	УБ	ПФТС	УМВБ	Перспектива	Усього
Січень	23,13	5804,54	0,00	16205,43	22033,10
Лютий	251,81	4996,53	0,00	9054,75	14303,09
Березень	82,93	20283,11	0,00	21591,59	41957,63
Квітень	15,48	9717,28	0,03	16995,95	26728,74
Травень	59,18	10862,93	1,41	15107,97	26031,49
Червень	13,89	11591,37	0,64	13944,87	25550,77
Липень	163,64	11901,43	0,74	14304,96	26370,77
Серпень	41,74	10480,21	0,61	17183,35	27705,90
Вересень	124,52	12537,79	0,98	15731,35	28394,64
Жовтень	244,46	8225,23	0,52	11317,75	19787,96
Усього	1020,77	106400,42	4,93	151437,97	258864,09

Джерело: складено за даними [12]

Таблиця 4

**Обсяг біржових контрактів з цінними паперами на організаторах торгівлі
з розподілом за видом фінансового інструменту протягом січня-жовтня 2020 року, млн грн**

Період	Акція	Акція іноземного емітента	Акція КІФ	Державний дериватив	Інвестиційний сертифікат	Облігація внутрішніх державних позик	Облігація внутрішніх місцевих позик	Облігація зовнішніх державних позик	Облігація іноземного емітента	Облігація іноземної держави	Облігація підприємства	Опціонний сертифікат	Ф'ючерсний контракт	Усього
Січень	12,57	0,29	0,00	0,00	0,00	21793,81	0,00	25,48	0,00	0,00	200,48	0,47	0,00	22033,10
Лютий	21,94	0,71	0,00	0,00	43,43	14105,27	22,94	6,25	0,00	0,63	101,29	0,61	0,00	14303,09
Березень	290,73	0,55	0,00	0,00	0,18	41266,88	29,35	138,34	13,10	0,05	218,43	0,00	0,00	41957,63
Квітень	5,61	0,10	0,00	0,00	1,15	26697,71	0,00	15,53	5,84	0,00	2,79	0,00	0,03	26728,74
Травень	1,47	0,82	0,00	2,82	0,79	25962,21	1,54	43,31	0,00	0,00	17,11	0,00	1,41	26031,49
Червень	4,35	0,37	3,33	0,00	0,35	24826,19	587,28	58,87	0,00	0,00	18,22	51,17	0,64	25550,77
Липень	12,19	1,39	0,00	0,00	1,02	24887,47	1087,95	148,48	0,00	0,00	224,17	7,36	0,74	26370,77
Серпень	8,52	0,59	0,00	0,00	0,92	27528,82	77,54	83,62	0,00	0,19	4,85	0,16	0,69	27705,90
Вересень	49,10	0,70	0,26	0,00	1,12	27655,39	539,80	136,41	0,00	0,20	10,46	0,02	1,18	28394,64
Жовтень	136,75	0,50	0,10	0,00	0,91	18970,44	518,87	134,86	6,02	3,01	14,55	0,00	1,97	19787,96
Усього	543,24	6,03	3,69	2,82	49,86	253694,2	2865,27	791,14	24,96	4,09	812,35	59,79	6,66	258864,09

Джерело: складено за даними [12]

Таблиця 5

**Обсяг біржових контрактів на організаторах торгівлі з розподілом за видом фінансового інструменту
(у розрізі організаторів торгівлі) протягом січня-жовтня 2020 року, млн грн**

Учасник торгівлі	Акція	Акція іноземного емітента	Акція КІФ	Державний дериватив	Інвестиційний сертифікат	Облігація внутрішніх державних позик	Облігація внутрішніх місцевих позик	Облігація зовнішніх державних позик	Облігація іноземного емітента	Облігація іноземної держави	Облігація підприємства	Опціонний сертифікат	Ф'ючерсний контракт	Загальний підсумок
УБ	147,02	6,00	0,00	0,00	6,46	716,96	0,00	106,79	5,84	0,00	29,98	0,00	1,73	1020,77
ПФТС	396,22	0,02	3,69	0,00	43,40	102065,94	2474,17	645,46	19,13	4,09	748,29	0,00	0,00	106400,42
УМВБ	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4,93	4,93
Перспектива	0,00	0,00	0,00	2,82	0,00	150911,29	391,10	38,88	0,00	0,00	34,08	59,79	0,00	151437,97
Усього	543,24	6,03	3,69	2,82	49,86	253694,20	2865,27	791,14	24,96	4,09	812,35	59,79	6,66	258864,09

Джерело: складено за даними [12]

Таблиця 6

**Обсяг біржових контрактів з цінними паперами на організаторах торгівлі за видами ринку
протягом січня-жовтня 2020 року, млн грн**

Учасник торгівлі	Первинний ринок		Вторинний ринок				Усього
	Спотівий ринок	Усього на первинному ринку	Ринок РЕПО	Строковий ринок	Спотівий ринок	Усього на вторинному ринку	
УБ	0,00	0,00	8,79	1,73	1010,25	1020,77	1020,77
ПФТС	208,02	208,02	1976,34	0,00	104216,06	106192,40	106400,42
УМВБ	0,00	0,00	0,00	4,93	0,00	4,93	4,93
Перспектива	0,00	0,00	44065,80	0,00	107372,17	151437,97	151437,97
Усього	208,02	208,02	46050,94	6,66	212598,48	258656,07	258864,09

Джерело: складено за даними [12]

Отже, розвиток біржової торгівлі в Україні залежить від чинників мікро- та макроекономічного рівня. До найбільш вагомих із них слід віднести: недосконалість нормативно-правової бази; відсутність конку-

рентного біржового середовища; низький рівень розвитку біржової інфраструктури тощо. Сучасний стан біржової торгівлі в Україні свідчить про необхідність її структурної перебудови, суттєвої технічної модер-

Таблиця 7

Дилери, які здійснювали функції маркет-мейкерів на ринку цінних паперів протягом січня-жовтня 2020 року

Період (по місяцям)			Код біржі	Назва біржі	Код маркет-мейкера	Назва маркет-мейкера	isin
Квітень	Травень	Червень					
Так	Так	Так	33718227	ПрАТ «ФБ «Перспектива»	9807862	ПАТ «КРЕДОБАНК»	UA4000173371
Так	Так	Так	33718227	ПрАТ «ФБ «Перспектива»	14282829	ПАТ «ПУМБ»	UA4000199210
Так	Так	Так	33718227	ПрАТ «ФБ «Перспектива»	14282829	ПАТ «ПУМБ»	UA4000204002
Так	Так	Так	33718227	ПрАТ «ФБ «Перспектива»	14282829	ПАТ «ПУМБ»	UA4000194377
Так	Так	Так	33718227	ПрАТ «ФБ «Перспектива»	14282829	ПАТ «ПУМБ»	UA4000200174
Так	Так	Так	33718227	ПрАТ «ФБ «Перспектива»	14282829	ПАТ «ПУМБ»	UA4000203723
Так	Так	Так	33718227	ПрАТ «ФБ «Перспектива»	20953647	ПАТ АБ «ПВДЕННИЙ»	UA4000173371
Ні	Ні	Ні	21672206	АТ «Фондова біржа ПФТС»	23697280	АБ «Укргазбанк»	UA4000204002
Ні	-	-	21672206	АТ «Фондова біржа ПФТС»	23697280	АБ «Укргазбанк»	UA4000200174
Ні	-	-	21672206	АТ «Фондова біржа ПФТС»	23697280	АБ «Укргазбанк»	UA4000203921
Ні	-	-	21672206	АТ «Фондова біржа ПФТС»	23697280	АБ «Укргазбанк»	UA4000197040
Ні	-	-	21672206	АТ «Фондова біржа ПФТС»	23697280	АБ «Укргазбанк»	UA4000171094
Ні	-	-	21672206	АТ «Фондова біржа ПФТС»	23697280	АБ «Укргазбанк»	UA4000198873
Ні	-	-	21672206	АТ «Фондова біржа ПФТС»	23697280	АБ «Укргазбанк»	UA4000203749
Ні	Ні	Ні	21672206	АТ «Фондова біржа ПФТС»	23697280	АБ «Укргазбанк»	UA4000195176
Ні	Ні	Ні	21672206	АТ «Фондова біржа ПФТС»	23697280	АБ «Укргазбанк»	UA4000204572
Ні	Ні	Ні	21672206	АТ «Фондова біржа ПФТС»	14305909	АТ «Райффайзен Банк Аваль»	UA4000173371
Ні	Ні	Ні	21672206	АТ «Фондова біржа ПФТС»	14305909	АТ «Райффайзен Банк Аваль»	UA4000204002
Ні	Ні	Ні	21672206	АТ «Фондова біржа ПФТС»	14305909	АТ «Райффайзен Банк Аваль»	UA4000204150
Ні	Ні	Ні	21672206	АТ «Фондова біржа ПФТС»	14305909	АТ «Райффайзен Банк Аваль»	UA4000194377
Ні	Ні	Ні	21672206	АТ «Фондова біржа ПФТС»	14305909	АТ «Райффайзен Банк Аваль»	UA4000200174
-	Ні	Ні	21672206	АТ «Фондова біржа ПФТС»	21685166	АТ «ОТП Банк»	UA4000203723
-	Ні	Ні	21672206	АТ «Фондова біржа ПФТС»	21685166	АТ «ОТП Банк»	UA4000200174
Ні	Ні	Ні	21672206	АТ «Фондова біржа ПФТС»	21685166	АТ «ОТП Банк»	UA4000202469
Ні	-	-	21672206	АТ «Фондова біржа ПФТС»	21685166	АТ «ОТП Банк»	UA4000171094
Ні	Ні	Ні	21672206	АТ «Фондова біржа ПФТС»	21685166	АТ «ОТП Банк»	UA4000198873
Ні	Ні	-	21672206	АТ «Фондова біржа ПФТС»	21685166	АТ «ОТП Банк»	UA4000209373
Ні	Ні	Ні	21672206	АТ «Фондова біржа ПФТС»	23494714	АТ «Альфа-Банк»	UA4000173371
Ні	-	-	21672206	АТ «Фондова біржа ПФТС»	23494714	АТ «Альфа-Банк»	UA4000201255
Ні	Ні	Ні	21672206	АТ «Фондова біржа ПФТС»	23494714	АТ «Альфа-Банк»	UA4000203723
Ні	Ні	Ні	21672206	АТ «Фондова біржа ПФТС»	23494714	АТ «Альфа-Банк»	UA4000200174

Джерело: складено за даними [12]

нізації, застосування сучасних інноваційних біржових технологій.

Водночас розвитку біржової торгівлі в Україні насамперед перешкоджає недосконале законодавство і нерозуміння суб'єктами господарської діяльності переваг біржової торгівлі. Крім того, існують труднощі у роботі з нерезидентами, зокрема у тому, що іноземні підприємств бажають купувати/продавати свою продукцію на біржових торгах, але біржам проблематично працювати з іноземною валютою, оскільки вони не можуть брати гарантійне забезпечення у ній. Для вирішення цього питання необхідно удосконалити вже існуючі і розвинути нові банківські та фінансові інструменти.

Також погоджуємося з думкою Т.Г. Щепіної, В.А. Рябошапки, які вважають, що «подальший розвиток біржового ринку повинен відбуватися у напрямі створення єдиної біржової системи в Україні, для чого необхідно: оптимізувати кількість бірж, забезпечити ефективне

регулювання біржової діяльності шляхом створення комісії з біржового товарного ринку України та розрахунково-клірингових установ, покращити систему моніторингу кон'юнктури біржового ринку, висвітлювати котирування не лише фактичних біржових цін, а й прогноз на наступні місяці, розробити і запровадити систему економічних заходів, спрямованих на стимулювання виробників до реалізації сільськогосподарської продукції через прозорі процедури біржового ринку [2, с. 99].

Отже, Україні для успішного розвитку біржової торгівлі потрібно провести оптимізацію кількості біржових установ; удосконалити інформаційну систему, яка забезпечить процеси продажів; оновити біржовий механізм; посилити роль фінансових та товарних бірж і створити сприятливі правові умови їх функціонування, які б забезпечувалися та регулювалися на державному рівні.

Список використаних джерел:

1. Ішук Ю.А. Товарна біржа як інституціональний елемент функціонування міжнародних товарних ринків. *Економіка і організація управління*. 2017. № 3 (27). С. 135–142.
2. Щепіна Т.Г., Рябошапка В.А. Аналіз сучасного стану біржового ринку України. *Проблеми підвищення ефективності інфраструктури*. 2015. Вип. 40. С. 96–100.
3. Дудяк Р.П., Бугеля С.Я. Організація біржової діяльності: основи теорії і практикум : Навч. посібник. 2-ге вид. доп. Львів : Магнолія плюс. 2009. 360 с.
4. Мокляк М.В. Організація біржової торгівлі агропродовольчими ресурсами і вдосконалення механізмів її функціонування. *Економіка і регіон*. 2009. № 2 (21). С. 139–142.
5. Слободяник А.М. Актуальність біржового ринку: український аспект. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 19. С. 107–112.
6. Науменкова С.В. Нові тенденції в механізмі регулювання фінансового сектору. *Вісник Національного банку України*. 2011. № 12. С. 4–11.
7. Ваврін М.Р., Говрі В.В. Аналіз основних економічних індикаторів біржової торгівлі України. *Вісник Львівського університету*. 2017. Вип. 54. С. 251–260.
8. Шелудько В.М. Фінансовий ринок : підручник. 3-тє вид. Київ : Знання, 2015. 535 с.
9. Сохацька О.М. Сучасні тенденції розвитку світових ф'ючерсних ринків: уроки для України. *Журнал європейської економіки*. 2018. Вип. 2. Т. 1. С. 185–211.
10. Томчук О.В. Сучасний стан, особливості функціонування та перспективи розвитку біржової діяльності в Україні. *Збірник наукових праць ВНАУ*. 2013. № 4 (81). С. 247–260.
11. Про біржу. Українська Біржа, 2020. Офіційний сайт. URL: <http://www.ux.ua/s204> (дата звернення: 22.12.2020).
12. Інформаційна довідка щодо розвитку фондового ринку України протягом січня-жовтня 2020 року. Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку. URL: <https://www.nssmc.gov.ua/news/insights/> (дата звернення: 22.12.2020).

References:

1. Ishchuk Yu.A. (2017) Tovarna birzha yak instytutsionalnyi element funktsionuvannia mizhnarodnykh tovarnykh rynkiv [Commodity exchange as an institutional element of the functioning of international commodity markets]. *Economics and management organization*, vol. 3, no. 27, pp. 135–142.
2. Shchepina T.H., Riaboshapka V.A. (2015) Analiz suchasnoho stanu birzhovoho rynku Ukrainy [Analysis of the current state of the stock market of Ukraine]. *Problems of improving the efficiency of infrastructure*, vol. 40, pp. 96–100.
3. Dudiak R.P., Buhelia S.Ia. (2009) *Orhanizatsiia birzhovoi diialnosti: Osnovy teorii i praktykum* [Organization of exchange activities: fundamentals of theory and practice]. Lviv: Magnolia Plus. (in Ukraine)
4. Mokliak M.V. (2009) Orhanizatsiia birzhovoi torhivli ahroprodovolchymy resursamy i vdoskonalennia mekhanizmiv yii funktsionuvannia [Organization of exchange trade in agri-food resources and improvement of mechanisms of its functioning]. *Economy and Region*, vol. 2, no. 21, pp. 139–142.
5. Slobodanyk A.M. (2017) Aktualnist birzhovoho rynku: ukrainskyi aspekt. [Relevance of the stock market: the Ukrainian aspect]. *Global and national economic problems*, vol. 19, pp. 107–112.
6. Naumenkova S.V. (2011) Novi tendentsii v mekhanizmi rehuliuвання finansovoho sektoru [New trends in the mechanism of regulation of the financial sector]. *Bulletin of the National Bank of Ukraine*, vol. 12, pp. 4–11.
7. Vavrin M.R., Hovri V.V. (2017) Analiz osnovnykh ekonomichnykh indykatoriv birzhovoi torhivli Ukrainy [Analysis of the main economic indicators of exchange trade of Ukraine]. *Bulletin of Lviv University*, vol. 54, pp. 251–260.
8. Sheludko V.M. (2015) *Finansovy rynek* [Financial market]. Kyiv: Knowledge. (in Ukraine)
9. Sokhatska O.M. (2018) Suchasni tendentsii rozvytku svitovykh fiucher-snykh rynkiv: uroky dlia Ukrainy [Current trends in global futures markets: lessons for Ukraine]. *Journal of the European Economy*, vol. 2, no. 1, pp. 185–211.
10. Tomchuk O.V. (2013) Suchasnyi stan, osoblyvosti funktsionuvannia ta perspektyvy rozvytku birzhovoi diialnosti v Ukraini [Current state, features of functioning and prospects of development of exchange activity in Ukraine]. *Collection of scientific works of VNAU*, vol. 4, no. 81, pp. 247–260.
11. Pro birzhu (2020) [About the exchange]. Kyiv: Ukrainian Stock Ex-change. Available at: <http://www.ux.ua/s204> (accessed 22 December 2020).
12. Informatsiina dovidka shchodo rozvytku fondovoho rynku Ukrainy protiahom sichnia-zhovtnia 2020 roku [Information on the development of the stock market of Ukraine during January-October 2020]. Kyiv: National Commission on Securities and Stock Market. Available at: URL: <https://www.nssmc.gov.ua/news/insights/> (accessed 22 December 2020).

УДК 338.242.2

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/162-20>**Костирко Л. А.**

доктор економічних наук, професор,
Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3447-2343>

Розмислов О. М.

кандидат економічних наук, доцент,
Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1307-9662>

Kostirko Lydia, Rozmyslov Alexander
Volodymyr Dahl East Ukrainian National University

ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДУ ІНДИКАТИВНОГО ПЛАНУВАННЯ В СИСТЕМІ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КРЕДИТУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ

Необхідним компонентом інвестиційної діяльності є процес акумулювання необхідних коштів для фінансування капіталовкладень. Природний стан обмеженості внутрішніх власних коштів підприємства вимагає залучення додаткових (зовнішніх) коштів фінансування у вигляді кредитів і позик. Інвестиційне кредитування – це перспективний напрям діяльності банків, головне завдання якого – виділення фінансових ресурсів на становлення і розвиток виробництва. Вирішуючи проблеми інвестиційного кредитування, переслідуються дві мети: стабілізація банківської системи у сфері раціонального розміщення фінансових ресурсів і підйом економіки через зміцнення позицій комерційних банків і підприємств малого і середнього бізнесу. Комерційні банки, які займаються інвестиційним кредитуванням, повинні вивчати й аналізувати стан банків-партнерів, як тих, з ким уже йде спільна робота, так і тих, які є потенційними партнерами.

Ключові слова: інвестиції, кредитування, підприємства, фінансування, банківська система, бізнес-план.

VICTORY TO THE METHOD OF INDICATIVE PLANNING IN THE SYSTEM OF INVESTMENT CREDITING OF ENTERPRISES

A necessary component of investment activity is the process of accumulating the necessary funds to finance investments. The natural state of limited internal own funds of the enterprise requires the attraction of additional (external) financing in the form of loans and borrowings. Investment lending is a promising area of activity of banks, the main task of which is the allocation of financial resources for the formation and development of production. Solving the problem of investment lending as a real sector of the economy pursues two goals: stabilization of the banking system in the rational allocation of financial resources and economic recovery through strengthening the position of commercial banks and small and medium enterprises (by attracting credit resources). Therefore, commercial banks engaged in investment lending should constantly and carefully study and analyze the condition of partner banks, both those with whom they are already working and those who are potential partners. The essence of the normative method of planning is to use a set of norms and standards when calculating the indicators of the indicative plan. The norm is the absolute value of the maximum allowable amount of material resources (ie, raw materials, fuel), as well as the cost of living labor for the manufacture of a unit of production. Standard – a relative indicator that characterizes the degree of use of tools, objects of labor, living labor costs. Norms and standards of consumption of paid services is a system of estimating the level of consumption by one person of certain types of services, which is based on scientifically based calculations of rational consumption. At the same time, in order to make specific decisions of the bank, it is necessary to be guided by a pre-thought-out strategy based on the "goal tree" and the system of plans of a commercial bank. In tactical terms, the main standard solutions can be provided in the credit policy of the bank for the period corresponding to the term of the project. At the same time, in the world economic literature, the standard deviation is called risk and is one of the most common absolute indicators of risk measurement.

Keywords: investments, crediting, enterprises, financing, banking system, business plan.

JAL classification: G21, G24

Постановка проблеми. Інвестиційне кредитування підприємств малого та середнього бізнесу – це дуже перспективний напрям як для банківської системи, так і для економіки України загалом.

Перевага кредитного методу фінансування капіталовкладень порівняно з бюджетним фінансуванням полягає в необхідності повернення коштів. Це передбачає взаємозв'язок між фактичною окупністю капітальних витрат і поверненням кредиту в терміни, встановлені відповідно до укладеного договору. У процесі видачі позики позичальник оформляє зобов'язання про погашення позики за пред'явленням. Після затвердження

акту приймання в експлуатацію або впровадження заходу, що кредитується, у виробництво заборгованість за виданою позикою оформляють зобов'язаннями на конкретні місячні або кварталні терміни погашення в межах періоду, на який виданий кредит. Терміни визначаються, виходячи з окупності капітальних витрат, фінансової стійкості та платоспроможності позичальника, кредитного ризику тощо. У разі недотримання термінів реалізації інвестиційного ресурсу і неефективного використання виданого кредиту банк може застосовувати до позичальника економічні санкції, зазначені в кредитному договорі.

Отже, для запобігання імовірним ризикам кредитного інвестування інвестору необхідно застосовувати додаткові заходи щодо ефективного використання ресурсів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження з проблеми прийняття інвестиційних рішень щодо кредитного інвестування освітлені у працях таких учених, як: Г.А. Сіка, В.Н. Беренс, Г.Ю. Кучерова, А.І. Сухоруков, Є.В. Милованов, К.А. Федченко, О.В. Гаращук, А.В. Верба, С.Ф. Покропивний, В.Г. Федоренко, С.Я. Салига та інші [1–5].

Частина науковців, таких як П.М. Хавранек, І.Т. Балабанов, Т.Г. Бенъ, В.М. Гранатуров, А.Б. Ідрисов, А.А. Пересада, В.П. Савчук та інші, присвятили свої праці теоретичним і методологічним питанням розроблення та реалізації інвестиційних проектів, формуванню механізму регулювання інвестиційної діяльності на рівні інвестиційного кредитування, вдосконаленню математичного апарату оцінювання ризику та ефективності інвестиційного проекту.

Мета статті. Стаття присвячена розробленню ефективного механізму кредитування інвестиційних проектів, що дасть змогу мінімізувати інвестиційні ризики комерційних банків, які займаються інвестиційним кредитуванням.

Виклад основного матеріалу. В основу реалізації ефективного механізму кредитування інвестиційних проектів повинні бути покладені п'ять напрямів діяльності (рис. 1).

Блок 1. Аналіз якості бізнес-планів реалізації інвестиційних проектів і попередня оцінка доцільності участі в їх кредитуванні. А саме бізнес-план повинен бути якісно підготовленим, і реалізація цього інвестиційного проекту повинна зацікавити комерційний банк на предмет можливості і доцільності виділення інвестиційного кредиту.

Блок 2. Обстеження підприємства, що реалізує інвестиційний проект, співробітниками комерційного банку.

Блок 3. Аналіз стану банків-партнерів. Зовнішні ризики комерційного банку, що займається інвестиційним кредитуванням, викликаються не тільки підприємством, що реалізовує проект, а й можливими партнерами з бізнесу.

Блок 4. Розроблення банком оптимальної схеми кредитування інвестиційного проекту.

Для вирішення цього завдання знадобляться: результати аналізу бізнес-плану реалізації інвестиційного проекту; матеріали проведеного обстеження підприємства і дані про якість функціонування банків-партнерів.

Блок 5. Правове забезпечення інвестиційного кредитування.

Під час проектного кредитування інвестиційний проект і бізнес-план його практичної реалізації повинні бути настільки якісно підготовленими, що самі можуть бути непоганим забезпеченням наданих кредитів [1, с. 56].

Під час реалізації інвестиційного кредитування підприємств не тільки підвищується ризик надання позик, але і різко зростають вимоги до кредиту.

Залучення позикових коштів для реалізації проекту нерідко підвищує рентабельність власного капіталу, вкладеного в нього. Однак це можливо в тому разі, якщо прибутковість інвестицій вища від «ціни кредиту» (ставки відсотка за кредит).

Низька процентна ставка, характерна для м'якої кредитно-грошової політики держави, приводить до збільшення інвестицій, а значить, і до розширення виробництва, і навпаки, висока процентна ставка стримує капітальні вкладення в реальний сектор економіки. Ця регулююча функція процентної ставки реалізується через розподіл грошового і негрошового (фізичного) капіталу серед різних компаній та інвестиційних об'єктів. Відсоткова ставка розподіляє інвестиції між тими об'єктами, які мають рентабельність більшу, ніж використовується для розрахунків процентна ставка. У цьому разі з'являється реальна можливість покрити фінансові витрати, пов'язані із залученням зовнішнього фінансування. При цьому процентна ставка за позиковими коштами, як правило, вже враховує релевантний ступінь невизначеності отримання очікуваних результатів (поправку на ризик) і прогнозований рівень інфляції.

Залежність між рівнем інвестицій і величиною процентної ставки є не просто теоретичною гіпотезою. Цей взаємозв'язок визначається об'єктивними законами функціонування ринкової економіки. Однак є проблема точного визначення кількісної залежності між динамікою інвестицій і ставкою відсотка, коли відбувається значне підвищення ставки рефінансування, а саме з цим фінансовим показником пов'язують зміни ціни інвестиційних кредитів, які виступають найваж-

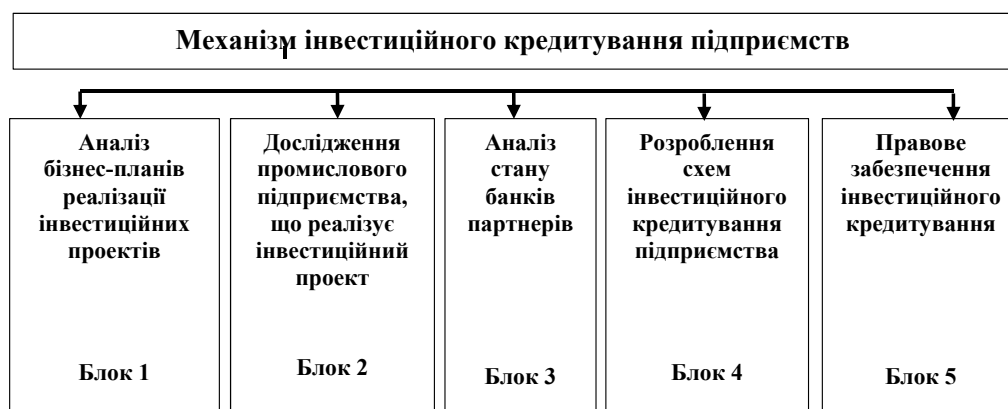


Рис. 1 Блок-схема функціонування банківського механізму інвестиційного кредитування підприємств

ливішими джерелами коштів фінансування капітало-вкладень. Збільшення ставки рефінансування на один процентний пункт призводить до зниження темпів інвестицій в основний капітал приблизно на 0,3 процентного пункту.

Щоб забезпечити стійкий темп приросту капітало-вкладень у розмірі 5% на рік, необхідне, крім інших умов (таких як прийняття законодавчих актів, що захищають права інвесторів, політична стабільність, низький рівень інфляції і відсутність її зростання взагалі), стабільне утримання ставки рефінансування не вище від рівня 20% річних [2, с. 86].

Для активізації інвестиційної активності банків доцільним є:

- подальше зниження облікової ставки НБУ;
- зниження прибутковості вкладень у державні боргові зобов'язання;
- стабілізація ситуації на ринку міжбанківських кредитів;
- посилення внутрішньої стійкості комерційних банків;
- розвиток міжбанківського кредитування великих інвестиційних проектів із метою розподілу кредитних потенційних ризиків між кількома кредиторами.

Щоб на реалізацію інвестиційного проекту можна було мобілізувати достатні фінансові ресурси, і сам проект, і підприємство повинні бути інвестиційно привабливі з фінансової позиції. Інвестори вважають за краще фінансувати проекти за допомогою позикових коштів під час отримання порівняно дешевих кредитів. Як власні, так і позикові інвестиційні ресурси повинні забезпечувати підприємству економічну віддачу (майбутній грошовий потік), що перевищує вартість їх залучення з фондового або кредитного ринку [4, с. 166].

Для оформлення інвестиційного кредиту позичальник надає ліквідне забезпечення, достатнє для покриття всієї суми основного боргу, відсотків та інших платежів по кредиту. Майно, що є предметом застави (крім цінних паперів та товарів в обороті), має бути застраховане. На основі проведеного аналізу пакета документів, наданого для отримання кредиту, результатів експертизи і перевірок, іншими словами, після визначення інвестиційної привабливості підприємства, комерційні банки, які мають досить великий власний капітал, можуть надавати позичальникам тривалі і ризикові кредити на термін більше одного року. Такі кредити зазвичай пов'язані із здійсненням капітальних вкладень підприємств у будівництво, розширення, реконструкцію і технічне переоснащення об'єктів виробничого призначення, створення науково-технічної продукції та інших об'єктів власності [5, с. 12].

Кожен платіж за кредитом на інвестиційний проект складається з декількох компонентів:

- відшкодування основної суми інвестиційного кредиту;
- повернення відсотків за користування інвестиційним кредитом.

Інвестиційні кредити нині використовуються з різними умовами платежу:

- рівномірними платіжками протягом усього терміну амортизації кредиту;
- плаваючою ставкою, тобто ставка відсотка за користування кредитом змінюється відповідно до зміни ставки рефінансування;

– зростаючими платіжками, тобто процентні платежі постійні або плаваючі, а амортизація основного боргу збільшується.

Ключовим питанням створення умов для залучення кредитних ресурсів у сферу інвестиційного кредитування є процедура видачі кредитів на інвестиційні проекти, правил оцінки платоспроможності позичальника та обслуговування кредитів, оцінки інвестиційної привабливості, а також фінансових інструментів для залучення коштів.

Інвестиційна привабливість характеризується наявними у фірми активами, власним капіталом, вартістю і резервами. В межах обліку за ціною заміщення баланс не відображає поточного фінансового становища, оскільки в будь-якій версії обліку за ціною заміщення величини, присвоєні активам, не є грошовим еквівалентом наявних активів.

Інвестиційний кредит і відсотки за ним виплачуються у формі щомісячного платежу, розрахованого за формулою ануїтетних платежів. При цьому щомісячний платіж включає повний платіж за відсотками, що нараховуються на невиплачену частину кредиту, а також частина самого основного боргу за кредитом, що розраховується таким чином, щоб усі щомісячні платежі за фіксованою процентною ставкою були рівними на весь період кредитування. Це зручно як для позичальника, бо він може планувати, так і для фінансових організацій, що надають кредит.

Використання принципів індикативного планування і прогнозування в системі інвестиційного кредитування будівельних підприємств передбачає врахування взаємодії факторів і їхнього впливу на ситуацію в будівництві в наступні періоди. З урахуванням мінливої ролі і місця планових методів в економічному механізмі, нових підходів до принципів їх впливу на будівельну індустрію повинна формуватися система планування, що відповідає сучасному етапу виробничих відносин у будівництві. Системі ринкових відносин відповідають індикативні форми і методи планування, за яких використовуються «м'які» форми впливу, механізми непрямого впливу на планований об'єкт.

Сутність індикативного планування полягає в рекомендаційному характері його показників, добровільності вибору будівельними компаніями пропонованих варіантів залучення коштів для вирішення інвестиційних проектів у цій галузі або, навпаки, вибору кредитною організацією найбільш інвестиційно привабливої будівельної компанії для фінансування її інвестиційних проектів.

Насамперед у сферу планування повинні включатися економічні важелі впливу на кредитора, позичальника, на інвестиційний ринок. При цьому в системі показників індикативних планів повинні бути обов'язково включені: середньорічні показники інвестиційної привабливості підприємства, рівні процентних ставок за середньостроковими і довгостроковими кредитами, показники терміну окупності і платоспроможності. Поряд із цим для прийняття правильних рішень про вигідні капіталовкладення в інвестиційні проекти необхідне як оперативне прогнозування, так і більш довгострокове.

Індикативне планування є одним із найважливіших компонентів, який спрямований на підвищення

ефективності інвестиційного кредитування проектів будівельної індустрії, передбачає і прогнозує нові тенденції цього напрямку, які слід очікувати в майбутньому періоді.

У зв'язку з цим у роботі запропонована модель інвестиційного кредитування з урахуванням показників, які беруть участь в індикативному плануванні.

У роботі також було проведено дослідження економічної доцільності капіталізації відсотків за інвестиційним кредитом. Результати наведені в таблиці 1.

Під час прогнозування фінансування інвестиційних проектів за рахунок банківських позик необхідно використовувати такі правила: проекти з терміном окупності, меншим, ніж встановлений інвесторами

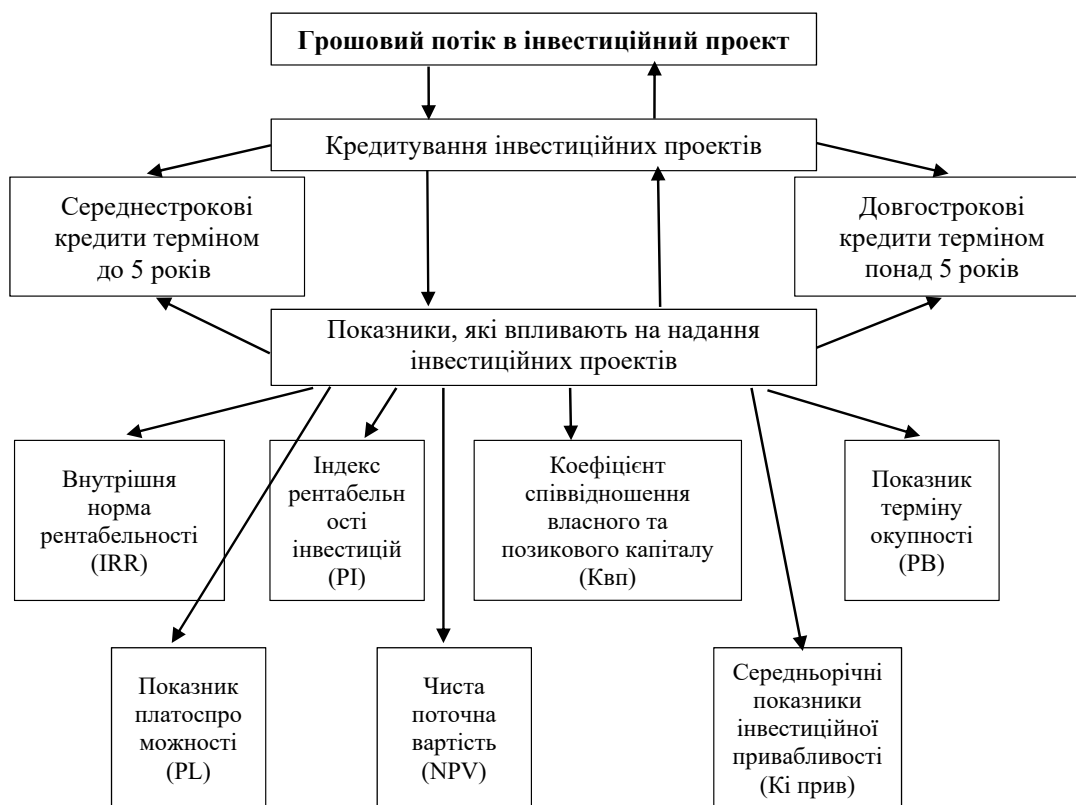


Рис. 2 Модель інвестиційного кредитування проектів з урахуванням показників, які беруть участь в індикативному плануванні

Таблиця 1

Економічне обґрунтування доцільності капіталізації відсотків з інвестиційного кредитування

Доводи щодо включення відсотків до собівартості капітальних вкладень	Доводи про недоцільність капіталізації відсотків
1. Сплачений відсоток за залучення у виробництво капіталу формує собівартість продукції.	1. Відсотки мають відношення до фінансових результатів, а не до витрат.
2. Нараховані відсотки формують собівартість інвестиційних проектів і є нереалізованим прибутком.	2. Відстрочка фінансових витрат може привести до завищення суми поточного доходу.
3. Сума відсотка вдає із себе витрати і відображає суму витрат, яку можна уникнути, якщо перейти на власне фінансування проекту.	3. За відсутності в поточному періоді прибутку відстрочка фінансових витрат може привести до зниження фактичних збитків.
4. Порівняння фактичних відсотків за кредит з можливими з усієї суми джерел як власних, так і позикових коштів.	4. Затрати на відсотки не мають місця в разі достатності власного капіталу.
5. Капіталізується відсоток, трактується як витрата підприємства.	5. Розмір відсотків суб'єктивний, тому їх реалізація сумнівна.
6. У разі значних витрат за відсотками і певної тривалості реалізації проекту можливо визначення реальної вартості проекту.	6. Співвідношення між власним і позиковим капіталом залежить від фінансової стійкості фірми, носить суб'єктивний характер.
7. Підприємство не може отримати прибуток відповідно до принципу на вкладені кошти до закінчення проекту.	7. Невизначеність і значні коливання поточної дисконтованої оцінки основних засобів залежно від передбачуваного рівня інфляції.
8. Показник рентабельності має відношення до основних засобів звідси нарахований відсоток не можна відносити до інвестиційного проекту.	8. Неможливо довести, що ціна інвестиційного проекту залежить від суми сплачених відсотків.

нормативний проміжок часу, приймаються з великим терміном окупності.

З питання доцільності капіталізації відсотків з використанням кредитів і до введення активів в експлуатацію існують різні погляди:

- відсотки не капіталізувати;
- капіталізувати відсотки, які фактично сплачені за цільові кредити;
- капіталізувати всі відсотки за позикового капіталу незалежно від цілей використання;
- капіталізувати відсотки за всіма вкладеними коштами, незалежно від того, позикові вони або отримані із власних джерел;
- включення в собівартість фактичної суми відсотків, але не більше від загальної суми із власного і позикового капіталів.

Висновки. Згідно з проведеним дослідженням, економічно більш доцільно включати відсотки за інвестиційними кредитами в собівартість інвестиційного проекту, тому що відсотки формують собівартість проекту, є нереалізованим прибутком, заміщають власне

фінансування, є витратами підприємства, відповідають принципу відповідності витрат майбутнього прибутку, формують реальну вартість проекту. Відсотки, сплачені за кредитом, точно ідентифіковані та визначені, що є ще одним доказом того, що вони повинні бути включені до складу собівартості проекту.

Отже, одним із важливих завдань інвестиційного кредитування є визначення його ефективності з погляду співвідношення між власним і позиковим капіталом. Але ці твердження достатньою мірою не обґрунтовані, тому що необхідно враховувати ефект фінансового важеля. Ефект фінансового важеля досягається за рахунок того, що до норми прибутку на власний капітал приєднується прибуток, отриманий завдяки використанню позикових коштів, незважаючи на їх платність. Але необхідно відзначити, що, яким би не був результат, кредит завжди пов'язаний зі значним ризиком. Використання фінансового важеля в інвестиційному кредитуванні створює необхідні передумови й умови вдосконалення інвестиційних відносин в економіці країни.

Список використаних джерел:

1. Гаращук О.В., Целіна Н.О., Мельниченко О.Д. Кількісна оцінка інвестиційних ризиків. *Вісник Економічної науки України*. 2009. № 1. С. 55–57.
2. Федченко К.А. Аналіз теоретико-методичних підходів до оцінювання рівня економічної нестабільності країни. *Науковий вісник Полісся*. 2019. № 2 (18). С. 85–96.
3. Милованов Є.В. Розвиток ринку органічної сільськогосподарської продукції: світові тенденції та українські реалії. *Науковий вісник Полісся*. 2019. № 2 (18). С. 65–75.
4. Лактіонова О.А. Гнучкість фінансової системи: методологія, оцінка та вектори забезпечення : монографія. Вінниця. ТОВ "Нілан-ЛТД". 2016. 400 с.
5. Кучерова Г.Ю., Кравець О.В. Імітаційне моделювання рівня соціально-економічного розвитку як індикатора стану безпеки країни. *Актуальні проблеми економіки*. 2019. № 5. С. 4–13.

References:

1. Garashhuk O.V., Celina N.O., Melnychenko O.D. (2009) Kilkisna ocinka investytsijnykh ryzykiv [Quantitative assessment of investment risks]. *Bulletin of Economic Science of Ukrain*, no. 1, pp. 55–57.
2. Fedchenko K.A. (2019) Analiz teoretyko-metodychnykh pidxodiv do ocynyuvannya rivnya ekonomichnoyi nestabilnosti krayiny. [Analysis of theoretical and methodological approaches to assessing the level of economic instability of the country]. *Scientific Bulletin of Polissya*, no. 2 (18), pp. 85–96.
3. Mylovanov Ye.V. (2019) Rozvytok rynku organichnoyi silskogospodarskoyi produkciyi: svitovi tendenciyi ta ukrayinski realiyi. [Development of the market of organic agricultural products: world trends and Ukrainian realities]. *Scientific Bulletin of Polissya*, no. 2 (18), pp. 65–75.
4. Laktionova O.A. (2016) Gnuchkist finansovoyi systemy: metodologiya, ocinka ta vektory zabezpechennya: monografiya. [Flexibility of the financial system: methodology, evaluation and vectors: monograph]. Vinnytsia. LLC "Nilan-LTD". 400 p.
5. Kucheroval G.Yu., Kravetz O.V. (2019) Imitacijne modelyuvannya rivnya socialno-ekonomichnogo rozvytku yak indykatora stanu bezpeky krayiny. [Simulation modeling of the level of socio-economic development as an indicator of the country's security]. *Current economic problems*, no. 5, pp. 4–13.

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

УДК 657.479

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/162-21>**Бабенко Л. В.**кандидат економічних наук, доцент,
Університет митної справи та фінансів**Васильєва В. Г.**кандидат економічних наук, доцент,
Університет митної справи та фінансів**Романченко Ю. О.**кандидат економічних наук, доцент,
Полтавська державна аграрна академія**Коновалова О. В.**старший викладач,
Університет митної справи та фінансів**Babenko Lyudmila, Vasilyeva Valentina, Konovalova Elena**

University of Customs and Finance

Romanchenko Yuliia

Poltava State Agrarian Academy

ВПЛИВ РОЗПОДІЛУ ЗАГАЛЬНОВИРОБНИЧИХ ВИТРАТ НА ФІНАНСОВИЙ РЕЗУЛЬТАТ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Важливим чинником у процесі визначення собівартості продукції є не лише врахування усіх прямих витрат виробництва, а й вибір методу розподілу загальновиробничих витрат залежно від характеру діяльності підприємства, який гарантував би справедливий розподіл відносно найбільшої частки прямих витрат у загальній структурі виробничих витрат. Разом із тим для встановлення достовірної оцінки собівартості товарів (робіт, послуг) необхідно не лише визначати величину загальновиробничих витрат, а й правильно визначити базу їх розподілу. Загальновиробничі витрати безпосередньо належать до витрат звітного періоду, в якому фактично понесені, отже, вони впливають на фінансовий результат поточного періоду, а не періоду, коли була реалізована готова продукція. Тому для прийняття ефективних управлінських рішень необхідне володіння інформацією щодо витрат виробничого процесу в усіх його аспектах: за їх структурою, видами, обліковою політикою щодо відображення витрат.

Ключові слова: загальновиробничі витрати, база розподілу, собівартість, змінні витрати, постійні витрати, фінансовий результат.

THE INFLUENCE OF DISTRIBUTION OF OVERHEAD COSTS ON THE FINANCIAL RESULT OF THE ENTERPRISE

The influence of accounting methods, approaches to the classification of overhead costs and the choice of the basis of their distribution on the formation of reporting indicators has been considered in the course of the research. Different approaches to determining such factors as normal production capacity have been analyzed. The connection between the bases of distribution of overhead costs and production capacity have been considered. It has been noted that the procedure for determining the normal production capacity and the identification of distribution bases should be recorded in the accounting policy of the enterprise. The authors determined that for the division of overhead costs into variables and constants it is necessary to use special methods to reveal the role of costs relative to the volume of activity (methods of technological rationing, analysis of accounts, high / low point method, correlation method, regression analysis, etc.). However, in practice, manufacturing companies rarely distribute costs by these methods, and usually use approximate calculations. Therefore, the authors suggest ways to improve the classification of overhead costs, which contains the optimal number of features, taking into account the organizational structure and peculiarities of the enterprise, as well as detailing the Chart of Accounts to specify items of overhead costs. Most scientists discuss the feasibility of allocating fixed overhead costs, but the question of the impact of such allocation on the final financial result of the enterprise is not fully disclosed. Today, this issue is the most relevant and especially important, because it depends on the completeness of the inclusion of overhead costs in the cost composition of output and, as a result, which lead to reduction or increase of net profit, which is the source of further operation of the enterprise. The company can independently choose the methods of cost accounting, taking into account their characteristics and correlate them with the requirements and outcomes that the company expects to receive as a result of their use. Thus, the impact of overhead costs on the method of calculating the total costs (Absorption Costing) and the method of calculating variable costs (Variable Costing) on the formation of the financial result of enterprises have been considered in the article. In general, in our opinion, none of the methods gives an absolutely relevant result, so the management system should combine the basic concepts of standard accounting, with respect to the modern international methodological approaches.

Keywords: overhead costs, distribution base, cost composition, variable costs, fixed costs, financial result.

JEL classification: C46, D24

Постановка проблеми. У сучасних умовах головна мета будь-якого суб'єкта господарювання – забезпечення конкурентоспроможності своєї продукції та максимізація прибутку. Отримання найбільшого ефекту з найменшими витратами залежить від побудови системи управління витратами. У цьому аспекті важливим моментом є розподіл загальновиробничих витрат, оскільки процеси формування та розподілу загальновиробничих витрат є складовою частиною калькулювання собівартості продукції.

Сьогодні чіткого визначення поняття «загальновиробничі витрати» немає. У П(С)БО 16 «Витрати» наведено лише перелік статей, які формують витрати. Це призводить до некоректного відображення у їх складі витрат, що за своєю економічною природою не належать до загальновиробничих, тому сьогодні дуже актуальним стає питання правильного розподілу загальновиробничих витрат між об'єктами калькулювання, оскільки від цього залежатиме надання повної і достовірної інформації про виробничу та реалізаційну собівартість продукції і, як результат, зменшення або збільшення чистого прибутку, який є джерелом подальшого функціонування підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню розподілу загальновиробничих витрат та його впливу на фінансовий результат діяльності підприємства приділили багато уваги закордонні та вітчизняні вчені. Різні аспекти цієї проблеми досліджували такі науковці, як: Ф.Ф. Бутинець [2], Т.О. Бундур [1], Н. Ворона [4], Т.Ю. Кодимська [6], Т.М. Сльозко [9], Л.В. Чупріна [10] та ін. У наукових працях розглядаються питання класифікації загальновиробничих витрат, більшість науковців дискутує з приводу класифікації та доцільності розподілу постійних загальновиробничих витрат, однак питання впливу такого розподілу на кінцевий фінансовий результат діяльності підприємства розкрито недостатньо повно.

Мета статті полягає у систематизації наявних в економічній літературі підходів до вибору оптимальної бази розподілу загальновиробничих витрат та розгляду впливу різних методів обліку і розподілу загальновиробничих витрат між періодами не лише на величину собівартості продукції, а й на формування показників звітності.

Виклад основного матеріалу. У процесі визначення собівартості готової продукції вагомим чинником є розподіл загальновиробничих витрат. Оскільки ці витрати є витратами звітного періоду, то дана інформація потрібна для обчислення собівартості продукції (робіт, послуг) та задоволення інформаційної функції управлінського обліку. Отже, у даному процесі отримується дієва інформація, що також може слугувати базою для планування та співставлення в процесі контролю над витратами. Але на стадії планування й обліку витрат виникає принципове питання щодо методики розподілу непрямих витрат, тобто витрат, які в момент їх визнання неможливо безпосередньо, без додаткових математичних дій віднести до конкретного об'єкта витрат, адже їх поява логічно пов'язана одночасно з певною їх групою.

Методика розподілу загальновиробничих витрат у підсумку суттєво впливає на витрати виробництва окремих об'єктів витрат і на собівартість окремих об'єктів калькулювання, а тому для ефективного

управління необхідна повна інформація про витрати підприємства від різних видів діяльності.

Актуальним та дискусійним етапом обліку загальновиробничих витрат є класифікація загальновиробничих витрат на змінні та постійні. Так, до змінних належать такі витрати на обслуговування та управління виробництвом, які змінюються прямо (або майже прямо) пропорційно зміні обсягу діяльності. Ці витрати повністю включаються до складу виробничої собівартості виготовленої продукції в періоді їх виникнення і підлягають розподілу тільки між окремими видами продукції виходячи з фактичної потужності звітного періоду. Інша справа – постійні загальновиробничі витрати, до яких належать такі витрати на обслуговування та управління, які залишаються незмінними (або майже незмінними) за зміни обсягу діяльності. Згідно з П(С)БО 16 «Витрати», постійні розподілені загальновиробничі витрати включаються до виробничої собівартості продукції в межах нормальної потужності [8]. Загальновиробничі витрати понад нормальну потужність або нерозподілені загальновиробничі витрати одразу списуються на собівартість реалізованої продукції (робіт, послуг). Рівень нормальної виробничої потужності встановлюється підприємством самостійно в Наказі про облікову політику.

Отже, якщо фактичний обсяг виробництва за звітний період буде меншим за нормативний, то у підприємства виникнуть нерозподілені постійні загальновиробничі витрати, а тому не проводити класифікацію загальновиробничих витрат (на постійні та змінні) і не розподіляти їх пропорційно вибраній базі розподілу за нормальної потужності є методологічно невірно. Це «спотворить» величину витрат та, відповідно, показники фінансової звітності, що може вплинути на прийняття користувачами інформації неефективних управлінських рішень.

У разі коли підприємство підлягає обов'язковому фінансовому аудиту та публічному висвітленню його результатів на сайтах підприємства, факт відсутності обліку і розподілу загальновиробничих витрат може вплинути на аудиторський звіт – надання модифікованого звіту. Контролюючі органи також розглядають факт неналежного розподілу загальновиробничих витрат як порушення, адже якщо всі постійні загальновиробничі витрати підприємство буде відносити на витрати періоду в повній сумі, то з урахуванням того, що вони включаються в податкові витрати, вони зменшать об'єкт оподаткування податком на прибуток. Контролери можуть визнати такий підхід безпідставним завищенням витрат, як наслідок, зниження податкового зобов'язання з податку на прибуток із нарахуванням відповідних штрафних санкцій.

Багато науковців і практиків уважають поділ витрат на змінні й постійні умовним, але справа в тому, що змінні витрати на одиницю продукції все ж змінюються у зв'язку зі змінами організаційно-технічних умов роботи підприємства, а постійні витрати змінюються за суттєвої зміни обсягу виробництва. Важко визначити, які витрати на обслуговування й управління виробництвом (цехів, дільниць) змінюються пропорційно до обсягу діяльності, а які не змінюються. У зв'язку із цим велика кількість суб'єктів господарювання взагалі не виділяє серед загальновиробничих витрат змінних чи постійних, а розподіляє всю їх суму

з використанням вибраної бази розподілу виходячи з фактичної потужності звітного періоду [9]. Тобто в сучасній нормативній базі немає чіткого переліку змінних та постійних загальновиробничих витрат, та й самі витрати неможливо однозначно віднести до постійних або змінних, тому у підприємств виникають деякі питання їх обліку.

Першим питанням стає як розподілити загально-виробничі витрати на змінні та постійні. Для поділу загальновиробничих витрат на змінні та постійні необхідно застосовувати спеціальні методи визначення поведінки витрат відносно обсягу діяльності (методи технологічного нормування, аналізу рахунків, метод вищої/нижчої точки, метод кореляції, регресійного аналізу тощо). Проте на практиці рідко яке виробниче підприємство здійснює розподіл за цими методами, а користується зазвичай приблизними розрахунками. Для вирішення даної проблеми, на нашу думку, повинна бути вдосконалена нормативна база, а саме:

- потрібно вдосконалити класифікацію загально-виробничих витрат, яка містила б оптимальну кількість ознак, розкривала цільове призначення й економічний зміст витрат, урештешувала організаційну структуру та особливості;

- необхідно деталізувати план рахунків бухгалтерського обліку з конкретизацією статей загальновиробничих витрат.

Так, для достовірного ведення бухгалтерського обліку і складання фінансової звітності, на нашу думку, виробниче підприємство повинне вести окремий облік постійних і змінних загальновиробничих витрат, виділивши для цього окремі субрахунки до рахунку 91 «Загальновиробничі витрати», наприклад 911 «Змінні загальновиробничі витрати», 912 «Постійні загальновиробничі витрати». Окрім того, важливо в Наказі про облікову політику зазначити, що підприємство розподіляє всі види загальновиробничих витрат, для чого воно вибирає певну базу розподілу загальновиробничих витрат та встановлює нормальну виробничу потужність.

Розподіляючи загальновиробничі витрати, найголовніше – правильно вибрати відповідну базу, яка не викривлятиме виробничу собівартість виготовленої продукції. Тобто має існувати максимальна пропорційна залежність збільшення суми загальновиробничих витрат від зростання величини бази розподілу. Під базою розподілу зазвичай розуміють такий показник (натуральний або грошовий), з розрахунку на одиницю якого встановлюється норматив розподілу загальновиробничих витрат, щоб він також максимально точно забезпечив би віднесення непрямих витрат на відповідні об'єкти калькулювання [4]. Отже, підприємство повинно вибирати за базу розподілу таку характеристику виробничого процесу, зміна якої найбільшою мірою впливає на величину загальновиробничих витрат.

Для розподілу загальновиробничих витрат між різними видами продукції використовуються такі бази розподілу:

- час роботи основних виробничих робітників;
- заробітна плата основних виробничих робітників;
- машино-години;
- прямі витрати;
- витрати основних матеріалів;

- обсяг виробленої продукції в натуральному вираженні;

- розподіл пропорційно кошторисним (нормативним) ставкам [10].

До вибору бази розподілу слід підходити дуже відповідально, оскільки від неї залежить величина виробничої собівартості продукції, яка, своєю чергою, впливає на результати діяльності підприємства. Також слід ураховувати особливості виробництва і продукції, що виробляється на підприємстві, та визначати ті показники, які найбільшою мірою впливають на величину собівартості продукції. Якщо ж підприємство вибере невідповідну базу, тоді суми загальновиробничих витрат, що відносяться на окремі вироби або замовлення, неточно покажуть фактично понесені витрати.

Вибрана база для розподілу загальновиробничих витрат підприємства затверджується в Наказі про облікову політику. Підприємство може переглянути чинну базу розподілу та вибрати нову. Необхідність у цьому виникає в тому разі, коли змінюються обставини, на яких базувався її вибір. Наприклад, причиною перегляду бази розподілу може стати збільшення часу роботи обладнання у зв'язку з переходом на дво-, тризмінну роботу підприємства тощо.

Загальновиробничі витрати доводиться щомісячно розподіляти між різними видами продукції (робіт, послуг). Звісно, на невеликому підприємстві, з одним виробничим цехом, що випускає один вид продукції, не виникатиме проблем із розподілом загальновиробничих витрат між видами продукції. Але якщо підприємство є багатопрофільним, то така необхідність виникатиме. Отже, для розподілу загальновиробничих витрат між продукцією необхідно вибрати відповідну базу розподілу, від якої залежить сума витрат віднесених на собівартість певного виду виготовленої продукції, а також від застосування якої найбільш адекватно визначаються витрати на виробництво кожного з об'єктів витрат і, відповідно, собівартість кожного з об'єктів калькулювання.

Одним з етапів обліку загальновиробничих витрат є визначення нормальної потужності. Відповідно до П(С)БО 16 «Витрати», нормальна потужність – очікуваний середній обсяг діяльності, що може бути досягнутий за умов звичайної діяльності підприємства протягом кількох років або операційних циклів з урахуванням запланованого обслуговування виробництва [8]. Тобто нормальна потужність – це звичайний і досяжний для підприємства показник, а не максимальний теоретичний обсяг діяльності. Важливо, що П(С)БО 16 «Витрати» не уточнює, що треба розуміти під «обсягом діяльності» – натуральні чи грошові вимірники, отже, це також повинно визначити підприємство самостійно. З урахуванням цього як базу розподілу підприємство може взяти любий показник, що є логічно і економічно обґрунтованим. Ним може бути показник фінансової звітності, що є зрозумілим більшості користувачів, наприклад виручка від реалізації, а може бути показник управлінського обліку і звітності, наприклад, маржинальний прибуток.

Наприклад, якщо базою є зарплата робітників виробництва, то визначається її середній рівень протягом кількох років. Нормальною виробничою потужністю при цьому буде обсяг діяльності, за якого фонд оплати праці становить розраховану середню величину.

Якщо базою розподілу на підприємстві є сума прямих витрат, то для того, щоб визначити нормальну виробничу потужність, потрібно визначити середню суму прямих витрат за показниками минулих років. При цьому нормальною потужністю підприємств з метою розподілу постійних загальновиробничих витрат уважатиметься обсяг діяльності, за якого сума прямих витрат на виробництво продукції становитиме розрахункову величину [8]. Таким чином, під час визначення нормальної потужності за показником минулих років може бути підрахована середня сума прямих витрат на виробництво продукції, годин праці, заробітної плати, обсягів діяльності тощо залежно від того, яка база прийнята до розподілу. Отже, визначення нормальної виробничої потужності є пріоритетом менеджерів підприємства, але такий показник повинен обов'язково бути зафіксований в обліковій політиці підприємства.

Розглянемо, які з наявних баз розподілу загальновиробничих витрат пов'язані з потужністю виробництва, а які ні. Так, із потужністю виробництва жодним чином не пов'язані такі бази розподілу загальновиробничих витрат, як вартість спожитої сировини й матеріалів або загальна сума прямих витрат. Суми прямих матеріальних витрат або суми прямих витрат у цілому залежать не лише від обсягу виробництва, а й від вартості одиниць матеріалів, від цін, тарифів, тарифних ставок; підвищення таких цін, тарифів, ставок не відображає зміни обсягу виробництва, відповідно, визначати таким чином обсяг виробництва не є коректним. Аналогічні зауваження є також до такої поширеної бази розподілу, як прямі витрати на оплату праці, адже на відміну від годин праці (що, скоріше за все, може відображати обсяг виробництва) прямі витрати на оплату праці можуть змінюватися внаслідок якісної зміни тарифних ставок і відрядних розцінок, що заперечує можливість визначати таким чином обсяг виробництва. Потенційна потужність виробничого структурного підрозділу залежить від того, якими ресурсами забезпечене виробництво. У класичній ситуації йдеться про сировину й матеріали, обладнання і працю людей. Який із цих факторів є жорстко обмеженим у певному періоді часу, тим і визначається виробнича потужність. В окремих випадках можливі ситуації, коли на ринку наявний дефіцит сировини або кваліфікованих кадрів і виробнича потужність обмежується цими факторами (у натуральному вимірі, а не у вартісному), але здебільшого у короткостроковому періоді саме наявне виробниче обладнання визначає потужність виробничого структурного підрозділу. Окремо варто зазначити, що й значна частина загальновиробничих витрат пов'язана саме з виробничим обладнанням – це ресурси, що споживає обладнання (електроенергія, вода, допоміжні матеріали, запасні частини), а також інші витрати на утримання та поточний ремонт виробничого обладнання і виробничих приміщень, у яких це обладнання розміщене.

Якщо прийняти, що виробнича потужність зумовлена обмеженням ресурсом обладнання, то варто визначити, якими одиницями це варто оцінити, і вибрати базу розподілу загальновиробничих витрат. Так, якщо вся продукція в однакових натуральних (або умовно-натуральних) одиницях і час обробки (навантаження на обладнання) різних видів продукції є однаковим, то потужність обладнання може бути визначена в таких

натуральних одиницях. Відповідно базою розподілу загальновиробничих витрат доцільно вибрати фізичний обсяг виробленої продукції. Якщо процес виробництва полягає у переробці одного виду сировини (або певної стандартної сировини) і максимальний обсяг діяльності обмежується фізичним обсягом такої сировини до переробки, то саме фізичний обсяг спожитої сировини може бути вибраний за базу розподілу загальновиробничих витрат.

Водночас на практиці поширеною є ситуація, коли продукція відрізняється різним часом обробки (навантаженням на обладнання), вимірюється у різних одиницях, у виробництві використовуються різні види сировини й матеріалів, а облік годин роботи обладнання не здійснюється, адже це практично неможливо організувати або потребуватиме значних додаткових витрат. У такому разі години праці не можуть бути вибрані базою розподілу загальновиробничих витрат. Причиною є або різний рівень трудомісткості й автоматизації виробництва різних видів продукції в межах одного виробничого підрозділу, або те, що в умовах високої автоматизації виробництва працівники обслуговують обладнання, а тому неможливо розділити години праці між окремими об'єктами обліку витрат і калькулювання. У такому разі, на нашу думку, може бути використаний порядок розподілу загальновиробничих витрат пропорційно часткам освоєної виробничої потужності. Для розподілу загальновиробничих витрат пропорційно часткам освоєної виробничої потужності для кожного виду продукції, що випускається даним виробничим структурним підрозділом, має бути визначений нормальний у розрахунку на місяць обсяг виробництва за наявного виробничого обладнання за умови нормального режиму роботи та якщо протягом місяця структурний підрозділ буде випускати виключно цей вид продукції. У подальшому кожен місяць за кожним видом продукції шляхом ділення реального обсягу виробництва на нормальний будуть визначені частки освоєння виробничої потужності. Саме пропорційно розрахованим часткам освоєння виробничої потужності і буде здійснюватися розподіл загальновиробничих витрат. Для організації розподілу постійних загальновиробничих витрат визначається нормальна потужність, яка, слідує логіці запропонованої бази розподілу загальновиробничих витрат, буде дорівнювати одиниці.

Вибір методу розподілу витрат є одним головних завдань управління виробничими процесами на підприємстві. Узагалі підприємства можуть використовувати різноманітні підходи до бази розподілу загальновиробничих витрат, проте для кожного підприємства потрібно вибрати найбільш коректний метод та базу розподілу з урахуванням мети такого розподілу. Сьогодні як у зарубіжній практиці, так і на підприємствах України використовуються такі підходи до калькуляції витрат під час складання звітності: метод калькулювання повних витрат (Absorption Costing), який передбачає включення у собівартість усіх (змінних та постійних) витрат та метод калькулювання змінних витрат (Variable Costing) – передбачає включення у собівартість продукції тільки змінних витрат. Як бачимо, основна відмінність методів полягає в порядку розподілу постійних витрат між періодами, для яких розраховується собівартість. Вибраний метод

впливає не лише на величину собівартості продукції, а й на форму звіту про фінансові результати.

Розглянемо на умовному прикладі, як впливає облік загальновиробничих витрат за методом калькулювання повних витрат (Absorption Costing) та методом калькулювання змінних витрат (Variable Costing) на формування фінансового результату підприємств.

У табл. 1 наведено вихідні дані умовного підприємства Х.

Таблиця 1

Облікові дані щодо складу витрат та обсягів виробництва і реалізації продукції підприємства Х

Показники діяльності підприємства	Значення показників
Загальні витрати, тис грн:	
1. Матеріали і комплектуючі	48800
2. Заробітна плата робітників і відрахування	120500
3. Витрати на утримання і експлуатацію обладнання	42000
4. Загальновиробничі витрати	95 000
5. Адміністративні витрати	75 000
6. Витрати на збут	65 500
Повна собівартість, тис грн:	446800
Обсяг реалізації, од.	4500
Обсяг виробництва, од.	5000
Ціна, грн/од.	110

Джерело: побудовано авторами з використанням умовних даних

Зробимо розподіл статей витрат на постійні та змінні умовного підприємства Х та занесемо у табл. 2.

Під час розподілу витрат ураховано такі припущення:

- 20% витрат на заробітну плату складаються з витрат на відрядну заробітну плату;
- половина витрат на утримання й експлуатацію обладнання складаються з амортизації обладнання, що нараховується виробничим методом;
- 10% від інших загальновиробничих витрат уважати змінними;
- за кожну реалізовану одиницю менеджери зі збуту отримують 10 грн (5 000 од. × 10 грн/од. = 50 000 грн).

Для складання звіту про фінансові результати за кожним методом розрахуємо виробничу собівартість одиниці виробленої продукції.

Розрахунок виробничої собівартості одиниці продукції для умовного підприємства Х наведено в

табл. 3, де визначено всі статті змінних виробничих витрат та розподілені постійні виробничі витрати.

На основі даних табл. 3 зробимо порівняння собівартості одиниці виробленої продукції, розрахованої методами absorption-costing та variable-costing (табл. 4).

Під час розрахунку собівартості одиниці виробленої продукції за методом absorption-costing необхідно використовувати всі виробничі витрати, як змінні, так і постійні. Саме цей метод використовується підприємствами України для складання Звіту про фінансові результати відповідно до вимог Міжнародних стандартів фінансової звітності (далі – МСФЗ). Форма та структура звіту передбачають визначення проміжного результату – показника валового прибутку. Також даний метод є основним, що застосовується в бухгалтерському обліку, який дає інформацію про фактичні постійні витрати на виробництво продукції. Окрім того, система absorption-costing дає менеджеру можливість регулювати величину прибутку, змінюючи графік виробництва або величину базового обсягу виробництва, вибраного для розрахунку коефіцієнта розподілу постійних витрат. За рахунок цього можна управляти фінансовим результатом поточного періоду.

Для умовного підприємства Х звіт про фінансові результати за методом absorption-costing наведено в табл. 5.

Під час складання звіту про фінансові результати за методом variable-costing у собівартість реалізованої продукції включаються тільки змінні виробничі витрати. Структура звіту про фінансові результати за методом variable-costing відрізняється від звіту, складеного за стандартами бухгалтерського обліку. Передбачається визначення показника маржинального доходу як різниці між чистим доходом від реалізації та змінними витратами (як виробничими, так і невиробничими). На відміну від звіту про фінансові результати, складеного за методом absorption-costing, у звіті за методом variable-costing усі постійні витрати списуються на фінансовий результат у тому звітному періоді, в якому вони виникли.

Метод variable-costing є одним з основних інструментів аналітиків під час проведення маржинального аналізу, розрахунку точки беззбитковості і запасу безпеки, а також зміни обсягу продажів продукції.

Для умовного підприємства звіт про фінансові результати за методом variable-costing наведено в табл. 6.

Як бачимо з табл. 5 та 6, суми операційного прибутку, які були розраховані різними методами, від-

Таблиця 2

Розподіл витрат на постійні та змінні на підприємстві Х

Стаття витрат	Загальні витрати, грн	Постійні витрати, грн	Змінні витрати, грн	Змінні витрати на одиницю, грн/од.
1. Матеріали і комплектуючі	48 800	-	48 800	9,76
2. Заробітна плата робітників і відрахування	120 500	96400	24100	4,82
3. Витрати на утримання і експлуатацію обладнання	42 000	21 000	21 000	4,2
4. Загальновиробничі витрати	95 000	85 500	9500	1,9
5. Адміністративні витрати	75 000	75 000	-	-
6. Витрати на збут	65 500	15 500	50000	10
Разом:	446 800	293 400	153 400	30,68

Джерело: розраховано авторами з використанням умовних даних

Таблиця 3

Розрахунок виробничої собівартості одиниці виробленої продукції

№ з/п	Показники для розрахунків	Розрахунок	Результат розрахунку
1.	Обсяг виробництва, од.	Вихідні дані табл.1	5000
2.	Обсяг реалізації, од.	Вихідні дані табл. 1	4500
3.	Змінні витрати на матеріали і комплектуючі на одиницю виробленої продукції, грн/од.	Табл. 2, стр. 1	9,76
4.	Змінні витрати на заробітну плату виробничого персоналу на одиницю виробленої продукції, грн/од.	Табл. 2, стр. 2	4,82
5.	Змінні витрати на утримання й експлуатацію обладнання на од., грн/од.	Табл. 2, стр.3	4,2
6.	Змінні інші загальновиробничі витрати на одиницю продукції, грн/од.	Табл. 2, стр. 4	1,9
7.	Змінна виробнича собівартість одиниці продукції, грн/од.	Сума строк 3 по 6	20,68
8.	Постійні виробничі витрати	Табл. 2, стовпчик 3, сума строк 2 по 4	202900
9.	Постійні виробничі витрати на одиницю виробленої продукції, грн/од.	Строка 8 / строка 1	40,58
10.	Повна виробнича собівартість одиниці продукції, грн/од.	Сума строк 7 та 9	61,26

Джерело: розраховано авторами з використанням умовних даних

Таблиця 4

Собівартість одиниці виробленої продукції умовного підприємства на основі методів absorption-costing та variable-costing

№ з/п	Показник	Метод absorption-costing	Метод variable-costing
1.	Змінні витрати на матеріали і комплектуючі на одиницю виробленої продукції, грн/од.	9,76	9,76
2.	Змінні витрати на заробітну плату виробничого персоналу на одиницю виробленої продукції, грн/од.	4,82	4,82
3.	Змінні витрати на утримання й експлуатацію обладнання на одиницю виробленої продукції, грн/од.	4,2	4,2
4.	Змінні загальновиробничі витрати на одиницю виробленої продукції, грн/од.	1,9	1,9
5.	Змінна виробнича собівартість одиниці виробленої продукції, грн/од.	-	20,68
6.	Постійні виробничі витрати на одиницю виробленої продукції, грн/од.	40,58	-
7.	Повна собівартість одиниці виробленої продукції, грн/од.	61,26	-

Джерело: розраховано авторами з використанням умовних даних

Таблиця 5

Звіт про фінансові результати на основі методу absorption-costing

№ з/п	Статті звітності	Розрахунок	Результат розрахунку
1	Чистий дохід від реалізації	110 грн/од. × 4500 од.	495000
2	Собівартість реалізованої продукції	61,26 грн/од. × 4500 од.	275670
3	Валовий прибуток	стр. 1 – стр. 2	219330
4	Адміністративні витрати	табл. 1, стр.5, стовп. 2	75 000
5	Витрати на збут	табл. 1, стр. 6: стовп. 3+ стовп. 5 × обсяг реалізації (4500 од.)	60500
6	Операційний прибуток	стр. 3 – стр. 4 – стр. 5	83 830

Джерело: розраховано авторами з використанням умовних даних

різняються. Так, операційний прибуток за методом absorption-costing (ПопА-С) становить 83 830 грн, а за методом variable-costing (ПопV-С) – 63 540 грн, що на 20 290 грн менше. Така різниця в розрахунках пояснюється тим, що обсяг виробництва є більшим, ніж обсяг реалізації. Тобто якщо обсяг виробництва більший, ніж обсяг реалізації (тобто підприємство продає не всю вироблену продукцію), то постійні виробничі витрати періоду частково будуть капіталізовані в запас нереалізованої продукції. З іншого боку, якби обсяг

виробництва дорівнював обсягу реалізації, то прибуток був би однаковим, тому що всі постійні виробничі витрати в повній сумі були б списані на прибуток і за першого, і за другого методів. У разі якщо обсяг реалізації більший, ніж обсяг виробництва (коли підприємство продає продукцію, вироблену в минулих періодах), то тоді у цей звітний період за методу absorption-costing будуть віднесені постійні витрати і цього періоду, і ще те, що було капіталізовано в запаси з минулих періодів: амортизація, оренда тощо. За методом

Таблиця 6

Звіт про фінансові результати на основі методу variable-costing

№ з/п	Статті звітності	Розрахунок	Результат розрахунку
1	Чистий дохід від реалізації продукції	4500 грн/од. × 110 од.	495000
2	Змінна виробнича собівартість реалізованої продукції	20,68 грн/од. × 4500 од.	93060
3	Змінні невиробничі витрати періоду	10 грн/од. × 4500 од.	45000
4	Змінні витрати разом	стр. 2 + стр. 3	138060
5	Маржинальний дохід	стр. 1 – стр. 4	356940
6	Постійні виробничі витрати	табл. 1., стовп. 3, сума стр. 2–4	202 900
7	Постійні невиробничі витрати	табл. 1., стовп. 3, сума стр. 5–6	90 500
8	Постійні витрати разом	стр. 6 + стр. 7	293 400
9	Операційний прибуток	стр. 5 – стр. 8	63 540

Джерело: розраховано авторами з використанням умовних даних

variable-costing постійні виробничі витрати завжди списуються в періоді їх виникнення, тобто вони автоматично стають витратами періоду як адміністративні витрати або витрати на збут.

Нині в бухгалтерському обліку частіше використовують метод absorption-costing, оскільки його застосування дає змогу наблизити бухгалтерський облік до норм МСФЗ. Метод variable-costing найбільш цінний в управлінському обліку і дає інформацію менеджеру для прийняття різних управлінських рішень. У вітчизняній практиці поширення даного методу залишається все ще на досить низькому рівні, оскільки вимагає від співробітників фінансово-економічних служб проведення додаткової аналітичної роботи (перерахунку собівартості продукції, прибутку, розрахунку маржинального доходу), але використовуючи метод variable-costing ми можемо більш правильно розрахувати прибуток і більш коректно приймати як перспективні, так і оперативні управлінські рішення у сфері ціноутворення та беззбитковості виробництва.

Висновки. Отже, у процесі прийняття управлінських рішень важливим моментом є розподіл загально-виробничих витрат, тому до вибору методу розподілу цих витрат підприємство повинно підходити досить

ретельно, особливо коли ці витрати мають суттєві величини, адже неадекватний розподіл загально-виробничих витрат може призвести до прийняття помилкових управлінських рішень. Найважливішим принципом вибору способу розподілу загально-виробничих витрат є максимальне наближення результатів розподілу до фактичного рівня витрат на даний вид продукції. Це впливає на достовірність визначення собівартості продукції і в кінцевому підсумку – на прибуток підприємства

Ураховуючи те, що згадані витрати займають значний обсяг у виробничій собівартості, для поліпшення порядку розподілу загально-виробничих витрат доцільно виділяти такі основні етапи:

- локалізація загально-виробничих витрат за сферами відповідальності основної діяльності та допоміжних виробництв;
- розроблення обґрунтованих критеріїв для групування загально-виробничих витрат за статтями;
- вибір бази і ставки розподілу загально-виробничих витрат за сферами відповідальності і видами продукції, що випускається;
- розроблення облікових регістрів і форм внутрішньої звітності, що відображатимуть особливості функціонування та інформаційні потреби підприємств.

Список використаних джерел:

1. Бундур Т.О. Загально-виробничі витрати як елемент виробничої собівартості в рослинництві. *Економіка АПК*. 2008. № 10. С. 81–90.
2. Бутинець Ф.Ф. Теорія бухгалтерського обліку : навчальний посібник / за ред. проф. Ф.Ф. Бутинця ; 5-е вид., доп. Житомир : Рута, 2004. 640 с.
3. Волощук Р.В. Проблеми обліку та розподілу загально-виробничих витрат. URL: http://www.rusnauka.com/15_APSN_2011/Economics/7_88329.doc.htm (дата звернення: 20.11.2020).
4. Ворона Н. Облік загально-виробничих витрат. *Податки та бухгалтерський облік*. 2016. № 32. С. 32–36.
5. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій : Наказ Міністерства фінансів України від 30.11.1999 № 291. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1557-11> (дата звернення: 12.11.2020).
6. Кодимська Т.Ю. Шляхи покращення обліку та розподілу загально-виробничих витрат на підприємствах. *Економіка: реалії часу*. 2013. № 1 (6). С. 196–200.
7. Котляров Є. Загально-виробничі витрати і їх розподіл. *Бухгалтерія*. 2008. № 16. С. 62–67.
8. Положення (Стандарт) бухгалтерського обліку № 16 «Витрати» : Наказ Міністерства фінансів України від 31 грудня 1999 р. № 318 (зі змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00#Text> (дата звернення: 20.11.2020).
9. Сльозко Т.М. До питання розподілу непрямих витрат. *Вісник СумДУ. Серія «Економіка»*. 2007. № 1. С. 144–146.
10. Чупріна Л.В., Шаповал Я.О. Проблеми розподілу загально-виробничих витрат на підприємствах України. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/30_2019_ukr/87.pdf (дата звернення: 20.11.2020).

References:

1. Bundur T.O. (2008) Zahalnovyrobnychi vytraty yak element vyrobnychoyi sobivartosti v roslynnytstvi [Overhead costs as an element of production costs in crop production]. *Ekonomika APK*, vol. 10, pp. 81–90. (in Ukrainian)

2. Butynets F.F. (2004) *Teoriya bukhhalterskoho obliku: navchalnyy posibnyk* / za red. prof. F.F. Butyntsa. 5-te vyd., dop. [Accounting theory: a textbook]. Zhytomyr: PP. «Ruta». (in Ukrainian)
3. Voloshchuk R.V. *Problemy obliku ta rozpodilu zahal'novyrobnychyykh vytrat* [Problems of accounting and distribution of overhead costs]. Available at: http://www.rusnauka.tsom/15_APSN_2011/Etsonomitss/7_88329.dots.htm (accessed 20 November 2020).
4. Voronaya N. (2016) Oblik zahal'novyrobnychyykh vytrat [Accounting for overhead costs]. *Podatky ta bukhhalters'kyi oblik*, vol. 32, pp. 32–36. (in Ukrainian)
5. *Plan rakhunkiv bukhhalterskoho obliku aktiviv, kapitalu, zobov'язan i hospodarskykh operatsiy pidpryyemstv i orhanizatsiy* [Chart of accounts for accounting of assets, capital, liabilities and business operations of enterprises and organizations]. Available at: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1557-11> (accessed 20 November 2020).
6. Kodyska T.Y. (2013) Shlyakhy pokrashchennya obliku ta rozpodilu zahal'novyrobnychyykh vytrat na pidpryyemstvakh [Ways to improve the accounting and distribution of overhead costs in enterprises]. *Ekonomika: realiyi chasu*, vol. 1 (6), pp. 196–200. (in Ukrainian)
7. Kotlyarov Y. (2008) Zahal'novyrobnychi vytraty i yikh rozpodil [Overhead costs and their distribution]. *Bukhhalteriya*, vol. 16, pp. 62–67. (in Ukrainian)
8. Polozhennya (Standart) bukhhalterskoho obliku № 16 «Vytraty» [Regulation (Standard) of accounting № 16 "Costs"]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00#Text>. (accessed 20 november 2020). (in Ukrainian)
9. Slozko T.M. (2007) Do pytannya rozpodilu nepryamykh vytrat [On the issue of distribution of indirect costs]. *Visnyk SumDU. Seriya Ekonomika*, vol. 1, pp. 144–146. (in Ukrainian)
10. Chuprina L.V., Shapoval Ya.O. *Problemy rozpodilu zahal'novyrobnychyykh vytrat na pidpryyemstvakh Ukrayini* [Problems of distribution of general production costs at the enterprises of Ukraine]. Available at: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/30_2019_ukr/87.pdf (accessed 20 November 2020). (in Ukrainian)

УДК 338.3:657.3

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/162-22>**Свірко С. В.**

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри економічної безпеки,
публічного управління та адміністрування,
Державний університет «Житомирська політехніка»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9157-4672>

Паршаков В. М.

здобувач кафедри обліку і аудиту,
Державний університет «Житомирська політехніка»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2664-0597>

Svirko Svitlana, Parshakov Valerii
Zhytomyr Polytechnic State University

РОЛЬ І МІСЦЕ ДОБУВНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

У статті було проаналізовано ряд наукової літератури, щодо проблематики особливостей функціонування та розвитку добувної промисловості України. Однак, аналіз показав, що дослідження не були акцентовані на значенні добувної промисловості в економіці України. В процесі дослідження було встановлено, що Україна безумовно є однією з найбільш потужних мінерально-ресурсних країн світу, таке положення пояснюється складною геологічною будовою України. Встановлено, що для узагальнення інформаційних даних пропонується до застосування класифікація видів економічної діяльності у її послідовній логічній спадковості, при цьому за основний рівень обрати секційне кодування. В статті було розглянуто роль і місце добувної промисловості в економіці України. Досліджено ряд статистичних показників загально-економічного значення, а саме: обсяг виробленої та проміжно спожитої продукції добувної промисловості (показав що лідером проміжного споживання є переробна промисловість, втім вона продемонструвала падіння попиту на продукцію добувної промисловості); зовнішньоторговий баланс в контексті добувної промисловості (свідчить про поступове вирівнювання зовнішньоторговельного балансу України щодо добувної галузі, при цьому як за рахунок утримання умовно стабільного показника експорту її продукції, так і зменшення імпорту); долю видобувної промисловості в загальному обсязі випущених товарів та послуг (демонструє постійне збільшення проміжного споживання продукції добувної промисловості у цінах покупок), наявність та стан основних засобів (демонструє уривчасте зростання первісної вартості основних засобів в межах промисловості України та фактично стабільне – в межах добувної промисловості) та обсяги капітальних інвестицій у вказаній галузі (динаміку слід визнати позитивною, оскільки рівень інвестування досліджуваної галузі випереджає рівень розвитку загальних інвестицій в 1,3 рази та в 1,03 рази рівень розвитку інвестування промисловості України). На основі проведеного аналізу здійснено відповідні висновки щодо стану та діяльності добувної галузі, які, в цілому, слід визнати кращими ніж в цілому щодо економіки країни, а за окремими позиціями – і щодо промисловості країни. Це, а також функціональне призначення вказаної галузі, дозволяє наголошувати на тому, що добувна промисловість є невід'ємною складовою загального економічного комплексу країни, що забезпечує безперебійне і успішне його функціонування.

Ключові слова: економіка України, ВВП, добувна промисловість, КВЕД, продукція.

THE ROLE AND PLACE OF THE EXTRACTIVE INDUSTRY IN THE ECONOMY OF UKRAINE

The article analyzes a number of scientific literature on the problems of the functioning and development of the mining industry of Ukraine. However, the analysis showed that the research did not focus on the importance of the extractive industry in the economy of Ukraine. In the course of the research it was established that Ukraine is definitely one of the most powerful mineral resource countries in the world, this situation is explained by the complex geological structure of Ukraine. It is established that for generalization of information data the classification of kinds of economic activity in its consecutive logical heredity is offered for application, thus for the basic level to choose section coding. The article considers the role and place of the extractive industry in the economy of Ukraine. A number of statistical indicators of general economic importance were studied, namely: the volume of produced and intermediate consumption of extractive industries (showed that the leader in intermediate consumption is the processing industry, but it showed a decline in demand for extractive industries); foreign trade balance in the context of the extractive industry (indicates a gradual leveling of Ukraine's foreign trade balance in the extractive industry, both by maintaining a relatively stable indicator of exports of its products and reducing imports); the share of the extractive industry in the total volume of goods and services (demonstrates a steady increase in intermediate consumption of extractive industries in customer prices), the availability and condition of fixed assets (demonstrates a fragmentary increase in the initial cost of fixed assets within the domestic economy) within the industry of Ukraine and in fact stable – within the extractive industry) and the volume of capital investment in this industry (the dynamics should be considered positive, as the level of investment in the studied industry exceeds the level of total investment by 1.3 times and 1.03 times the level of industrial investment Of Ukraine). Based on the analysis, the relevant conclusions were made on the state and activities of the extractive industry, which, in general, should be considered better than the country as a whole, and in some respects – and the country's industry. This, as well as the functional purpose of this industry, allows us to emphasize that the extractive industry is an integral part of the overall economic complex of the country, which ensures its smooth and successful operation.

Keywords: economy of Ukraine, GDP, extractive industry, NACE, products.

JEL classification: M41, M20

Постановка проблеми. Добувна промисловість є традиційною для економіки України, оскільки остання безпосередньо пов'язана з корисними копалинами, які складають природно-ресурсний потенціал будь-якої країни. Україна вважається країною багатого на корисні копалини [1; 2; 3; 4]: з 120 відомих людству на нашій планеті видів корисних копалин на території нашої країни ідентифіковано 20000 родовищ та проявів 117 видів корисних копалин; 8761 родовище і 1288 об'єктів обліку супутніх корисних копалин (компонентів) за 95 видами мінеральної сировини мають промислове значення і обліковуються в Державному балансі запасів корисних копалин; 3055 родовищ розробляється. Як свідчать дані Державного кадастру родовищ і проявів корисних копалин України станом на 1 січня 2019 року в Україні прийняті до обліку 2233 горючі корисні копалини, 147 металічних корисних копалин, 4676 неметалічних корисних копалини, 1705 вод підземних, лікувальних грязей та ропа (зауважимо, що станом на 2010 рік ці показники мали дещо інший вигляд, а саме: родовищ – 177 металічних корисних копалин, 4895 неметалічних корисних копалини, 28 розсипних, 382 нафти і газу, 891 вугілля та горючих сланців, 14 гідромінеральної сировини, 111 торфу, 308 сапропелю, 13 техногенних; проявів – 416 металічних корисних копалин, 292 неметалічних корисних копалин, 98 вугілля та горючих сланців) [5; 6; 7]. Окрім того, різноманіття корисних копалин України відзначається певним її внеском у світовий видобуток 16-ти видів сировини, зокрема: кам'яне вугілля – 2%, залізни та марганцеві руди (4% та 10% відповідно), графіт (4%), каолін (18%), уранові руди (2%) тощо; при цьому запаси окремих корисних копалин в світовому масштабі становлять: вугілля – 7,5%; залізни руди – 15%; марганцеві руди – 42,8% [4; 5; 6; 7; 8]. І нарешті, обіймаючи площу в 603,7 тис. км² (0,4% світової суші) Україна спроможна забезпечити 5% світової потреби в мінеральній сировині [4; 8]. Отже, Україна безумовно є однією з найбільш потужних мінерально-ресурсних країн світу. Таке положення пояснюється складною геологічною будовою України (її територіальне розташування в межах декількох платформних і складчастих тектонічних структур), за якою її базовою основою виступає давня (докембрійська) Східноєвропейська платформа, з приєднанням системою прогинів і западин з півдня та заходу відповідно Скіфської плити (мезозойська) та Західноєвропейська платформа (палеозойська) [9].

Зауважимо, що власне становлення добувної промисловості, як однієї з дійсно вагомих галузей промислового розвитку України, розпочалась у XVIII ст., при цьому одне з провідних місць у видобутку обіймало опанування покладів кам'яного вугілля Донецького басейну [10, с. 239]. Упродовж наступних двох сторіч добувна промисловість набула дійсно вагомого значення в економіці України і на момент здобуття останньою незалежності мінерально-сировинний комплекс забезпечував 23–25% валового національного доходу та близько третини експортних грошових потоків, а з видобутком та використанням корисних копалин тим чи іншим чином було пов'язано 48% промислового потенціалу країни й 20% її трудових ресурсів [11]. В наступні п'ятнадцять років ситуація певним чином змінилась, про що свідчить і статистичні дані: так, станом на 2007 рік на сегмент мінерально-сировинних

ресурсів в контексті їх використання припадало 42% валового внутрішнього продукту та 60% експортних валютних потоків [11].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблематику особливостей функціонування та розвитку добувної промисловості України у різні часи опановували в своїх працях науковці Т.М. Артюх, В.В. Федій, І.В. Григоренко, М.Д. Красножон, А.А. Макурін, З.Я. Шацька, Т.Д. Ганзюк, К.В. Слюсаренко, О.М. Сьомак та інші. Втім, вказані дослідження не були акцентовані на значенні добувної промисловості в економіці України.

Метою дослідження є визначення ролі та місця добувної промисловості в економіці України.

Викладення основного матеріалу. Роль, динаміка розвитку та сучасний стан добувної промисловості України стає зрозумілою в процесі опрацювання статистичних даних кластерно щодо вітчизняної економіки у різних ракурсах.

Так, затребуваність продукції останньої в межах інших галузей сегментарно представлена в міжгалузевому балансі, що побудовано за так званою моделлю «витрати-випуск», в якій, відповідно до назви, відбиваються як обсяги випущеної продукції відповідними галузями, так і витрати останніх на випуск цієї продукції у вартісному виразі (табл. 1). Для узагальнення інформаційних даних пропонується до застосування класифікація видів економічної діяльності у її послідовній логічній спадковості, при цьому за основний рівень обрати секційне кодування, що виражається у літерному позначенні латиницею (16/21 позиція) [12; 13; 14].

При цьому зауважимо, що на сьогодні відповідно до вітчизняного класифікатора видів економічної діяльності добувна промисловість ідентифікується в межах секції «В» з назвою «добування корисних копалин і розроблення кар'єрів», що включає добування різними методами (підземне та відкрите розроблення родовищ, експлуатація свердловин, розроблення морського дна тощо) мінералів, які зустрічаються в природі у вигляді твердих порід (вугілля та руди), у рідкому (нафта) та газоподібному стані (природний газ), а також допоміжні види діяльності щодо підготовки сировини до реалізації (дроблення, розмелювання, очищення, сушіння, сортування, збагачення руд, зрідження природного газу); секція «В» об'єднує такі розділи та групи (табл. 2).

З метою визначення динаміки проміжного споживання продукції добувної промисловості за вказаний період доцільно обрати найбільш важливі галузі вітчизняної економіки, як то: сільське господарство, мисливство та лісове господарство; власне добувну промисловість; обробну/переробну промисловість; виробництво та розподілення електроенергії, газу та води; будівництво; оптову й роздрібну торгівлю, торгівлю транспортними засобами, послуги з ремонту/торгівлю, ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого споживання; транспорт і зв'язок/ діяльність транспорту та зв'язку; освіта; охорона здоров'я.

Через структурні зміни, що відбулися в класифікаторі видів економічної діяльності, з метою здійснення коректного узагальнення наступний період до опрацювання представлений терміном 2012–2018 рр. (таблиця 3).

Таблиця 1

Обсяг виготовленої та проміжно спожитої продукції добувної промисловості упродовж 2003–2011 рр.
(в цінах споживача, млн. грн.)

Рік Код секції КВЕД	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
A	212	254	432	471	776	1183	1887	1955	3279
B	2	9	5	4	7	9	6	5	4
C	3374	4033	3920	4342	4034	5782	6404	9016	9663
D	45836	61646	71529	72078	87431	132621	110716	158688	210742
E	10275	9117	9955	15424	18919	24639	31101	41485	56949
F	764	1539	1327	1874	3169	4734	3460	4694	8931
G	131	76	1763	1016	186	261	778	677	1619
H	11	12	20	34	23	53	89	107	124
I	3376	3408	3921	4148	6548	11227	10904	10533	19601
J	8	4	13	78	2	1	11	4	8
K	115	162	269	372	280	716	1569	1106	1031
L	105	71	108	135	190	369	559	677	786
M	182	148	249	368	513	1204	1876	1545	1909
N	103	93	151	219	260	501	803	724	1170
O	60	51	96	115	109	174	173	190	291
....									
Усього за рік виготовлено продукції	64554	80632	93749	100688	122447	183474	170336	231406	316107

Джерело: складено на підставі [14]

Таблиця 2

Розділи та групи секції «В» «Добування корисних копалин і розроблення кар'єрів»
Класифікації видів економічної діяльності [26]

Розділ	Назва	Група	Назва
05	Добування кам'яного та бурого вугілля	05.1	Добування кам'яного вугілля
		05.2	Добування бурого вугілля
06	Добування сирої нафти та природного газу	06.1	Добування сирої нафти
		06.2	Добування природного газу
07	Добування металевих руд	07.1	Добування залізних руд
		07.2	Добування руд кольорових металів
08	Добування інших корисних копалин і розроблення кар'єрів	08.1	Добування каменю, піску та глини
		08.9	Добування корисних копалин і розроблення кар'єрів, н.в.і.у.
09	Надання допоміжних послуг у сфері добувної промисловості та розроблення кар'єрів	09.1	Надання допоміжних послуг у сфері добувної нафти та природного газу
		09.9	Надання допоміжних послуг у сфері добування інших корисних копалин і розроблення кар'єрів

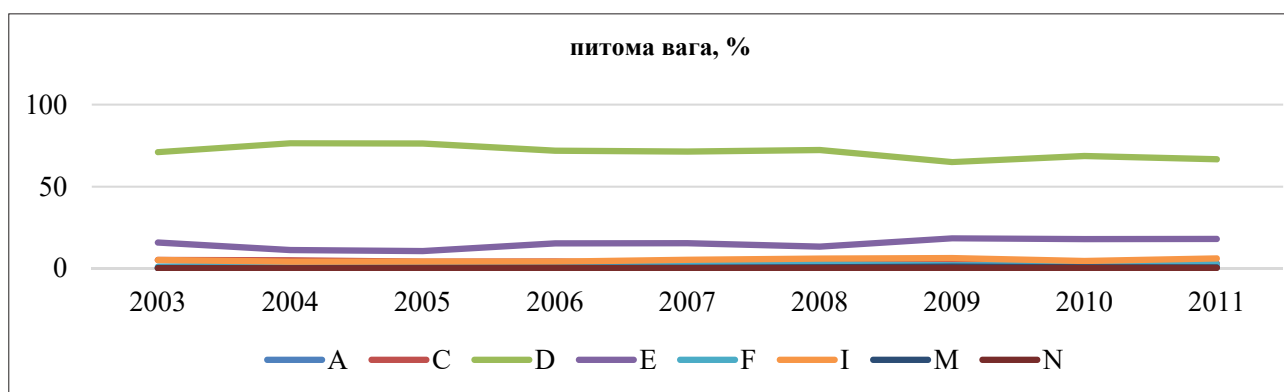


Рис. 1. Обсяг проміжного споживання продукції добувної промисловості найбільш важливими галузями економіки України за період 2003–2011 рр.

Як бачимо, склад лідерів споживання продукції добувної промисловості змінився.

В контексті опрацювання стану та розвитку добувної промисловості змістовним вбачається вивчення торговельного балансу України за визначений період часу (таблиця 4).

Наведені показники свідчать про поступове вирівнювання зовнішньоторговельного балансу України

щодо добувної галузі, при цьому як за рахунок утримання умовно стабільного показника експорту її продукції, так і зменшення імпорту. Дослідимо здобутки добувної промисловості в контексті випуску товарів і послуг у ринкових цінах та валового внутрішнього продукту (таблиця 5).

Як свідчать дані таблиці значення питомої ваги випуску продукції коливається від 3,4% у 2007 році до

Таблиця 3

**Обсяг виготовленої та проміжно спожитої продукції добувної промисловості упродовж 2012 – 2018 рр.
(в цінах споживача, млн.грн.)**

Рік Код секції КВЕД	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
A	2497	3088	2799	4730	4951	6364	6444
B	12068	17142	16063	16011	16346	27473	28484
C	157821	143955	137487	173717	169637	192991	289803
D	62386	62756	61202	80902	89414	123674	161266
E	481	316	128	202	238	309	510
F	4975	6931	4042	6116	8469	14445	17420
G	3975	4556	1937	3316	3569	8517	8949
H	16838	21398	15971	24740	28299	49777	45282
I	220	286	185	598	381	544	637
J	3	87	54	52	70	67	152
K	0	213	30	9	9	4	1
L	410	1530	2215	1715	163	205	176
M	29	210	814	705	375	401	351
N	373	355	197	361	1645	1934	2115
O	817	1446	996	1577	1246	1934	2469
P	2525	2951	1827	3344	2359	3481	3717
Q	811	1087	467	854	673	1326	472
R	44	218	169	248	252	379	474
S	16	193	131	175	166	212	339
....							
Усього за рік виготовлено продукції	267292	268715	246714	319472	328363	487784	570005

Джерело: складено на підставі [14]

Таблиця 4

Зовнішньоторговельний баланс України в контексті добувної галузі (в млн. грн.)

ВВП		Експорт продукції ДГ		Імпорт продукції ДГ		Сальдо	
рік	обсяг	обсяг	% до ВВП	обсяг	% до ВВП	обсяг	% до ВВП
2003	277355	8628	3,1	-44811	-16,2	-36183	-13,1
2004	357544	9381	2,7	-53668	-15	-44287	-12,3
2005	457325	10990	2,4	-52840	-11,6	-41850	-9,2
2006	565018	8193	1,4	-53890	-9,5	-45697	-8,1
2007	751106	9743	1,3	-69225	-9,2	-59482	-7,9
2008	990819	18018	1,8	-96652	-9,7	-78634	-7,9
2009	947042	17140	1,8	-99333	-10,5	-82193	-8,7
2010	1120585	29679	2,6	-135009	-12	-105330	-9,4
2011	1349178	44585	3,3	-188842	-14	-144257	-10,7
2012	1459096	37386	2,6	-159373	-10,9	-121987	-8,3
2013	1522657	45354	3	-131863	-8,6	-86509	-5,6
2014	1586915	57142	3,6	-113870	-7,2	-56728	-3,6
2015	1988544	61155	3,1	-170361	-8,6	-109206	-5,5
2016	2385367	63133	2,6	-130873	-5,5	-67740	-2,9
2017	2983882	92705	3,1	-209050	-7	-71755	-3,9
2018	3560596	100230	2,8	-222175	-6,2	-121945	-3,4

Джерело: складено на підставі [15; 16; 17]

Таблиця 5

Доля добувної промисловості в загальному обсязі випущених товарів та послуг у ринкових цінах та ВВП

Вартісні показники рік	Показники випуску товарної продукції у ринкових цінах			Показники ВВП		
	Випуск товарів і послуг (млн.грн)	Випуск продукції ДП	Питома вага, %	ВВП (млн.грн)	ДП у ВВП (млн.грн)	Питома вага, % (млн.грн)
2000	416698	22222	5,3	176128	7376	4,1
2001	499091	23821	4,7	211175	8461	4
2002	545020	24812	4,6	234138	9952	4,3
2003	652421	26947	4,1	277355	10767	3,9
2004	873321	32322	3,7	357544	12413	3,8
2005	1088382	41868	3,8	457325	17775	3,9
2006	1301242	46931	3,6	565018	21736	3,8
2007	1716658	58570	3,4	751106	31192	4,2
2008	2276812	93151	4,1	990819	53576	5,4
2009	2137836	81027	3,8	947042	39780	4
2010	2594833	119110	4,6	1120585	63436	5,7
2011	3147953	157418	4,6	1349178	84472	6,3
2012	3347592	153036	5	1459096	81660	5,6
2013	3375851	155870	4,6	1522657	81259	5,3
2014	3558223	156192	4,4	1586915	79120	5
2015	4488398	186194	4,1	1988544	95141	4,8
2016	5420433	253770	4,9	2385367	131650	5,5
2017	6719718	344157	5,1	2983882	177170	5,9
2018	8035875	415497	5,2	3560596	214160	6

Джерело: складено на підставі [18]

Таблиця 6

Наявність та стан основних засобів за 2009–2018 рр.

Показники Економічні сегменти	Первісна (переоцінена) вартість, млн. грн	Залишкова вартість, млн. грн	Ступінь зносу, %	Рік
1	2	3	4	5
Усього	3903714	1597416	60	2009
Промисловість	970942	370807	61,8	
Добувна промисловість	127723	68794	46,1	
Усього	6648861	1731296	74,9	2010
Промисловість	1101190	407616	63	
Добувна промисловість	141164	73695	47,8	
Усього	7396952	1780059	75,9	2011
Промисловість	1116367	482459	56,8	
Добувна промисловість	204255	89322	56,3	
Усього	9148017	2135987	76,7	2012
Промисловість	1603646	685030	57,3	
Добувна промисловість	231128	106154	54,1	
Усього	10401324	2356962	77,3	2013
Промисловість	1749110	753733	56,9	
Добувна промисловість	309757	132888	57,1	
Усього	13752117	227922	83,5	2014
Промисловість	1937821	769518	60,3	
Добувна промисловість	362722	125714	65,3	
Усього	7641357	3047839	60,1	2015
Промисловість	3842517	889183	76,9	
Добувна промисловість	379055	159443	57,9	
Усього	8177408	3428408	58,1	2016
Промисловість	3072954	939965	69,4	
Добувна промисловість	410018	186992	54,6	
Усього	7733905	3475242	55,1	2017
Промисловість	2454483	1004542	59,1	
Добувна промисловість	422959	223198	47,2	

Продовження Таблиці 6

1	2	3	4	5
Усього	9610000	3783495	60,6	2018
Промисловість	3271669	1098778	66,4	
Добувна промисловість	411806	234446	43,1	

Джерело: складено на підставі [21; 22]

5,3% у 2000 році; в той же час участь добувної промисловості у формуванні ВВП відзначається такими нижніми та верхніми межами: 3,8% у 2004 та 2006 роках і 6,3% у 2011 році.

Процес виробництва добувної промисловості вирізняється задіянням значних обсягів основних засобів і останній напрям залежить від їх стану; дослідимо наявність та стан основних засобів добувної промисловості (таблиця 6).

Як відомо, відтворення основних засобів здійснюється за рахунок капітальних інвестицій склад та структура яких в контексті об'єкту дослідження представлені в таблиці 7.

Наведені дані свідчать, що обсяги капітальних інвестицій у абсолютних показниках зросли, при цьому темпи приросту за 10 років різняться наступним чином: загальні інвестиції в економіку України – в 3,55 разів; інвестиції в промисловість України – в 4,45 разів; інвестиції в добувну промисловість України – в 4,6 разів. Таку динаміку слід визнати позитивною, оскільки рівень інвестування досліджуваної галузі випереджає рівень розвитку загальних інвестицій в 1,3 рази та в 1,03 рази рівень розвитку інвестування промисловості України.

Втім, наведена інформації не є вичерпною; для більшої об'єктивності та достовірності аналізу даних

Таблиця 7

Показники капітального інвестування у добувну промисловість України

Вартісні показники рік	Усього капітальні інвестиції в вітчизняну економіку (млн. грн)	Капітальні інвестиції в промисловість (млн. грн)	Капітальні інвестиції в добувну промисловість		
			млн. грн	питома вага в загальних капітальних інвестиціях, %	питома вага щодо капітальних інвестицій в промисловість, %
2010	164647,1	52046,2	14654,2	8,9	21,1
2011	230001,2	85386,5	23383,6	10,2	27,4
2012	263727,7	95218,5	30680,5	11,6	32,2
2013	247891,6	101858,3	23229,6	9,4	22,8
2014	204061,7	82743,8	18287,8	9	22,1
2015	251154,3	84168	17246,3	6,9	20,5
2016	326163,7	108635,2	21740	6,7	20
2017	412812,7	136490,1	34436	8,3	25,2
2018	526341,8	179718,3	52848,1	10	29,4
2019	584448,6	231849,5	67747,2	11,6	29,2

Джерело: складено на підставі [19; 20]

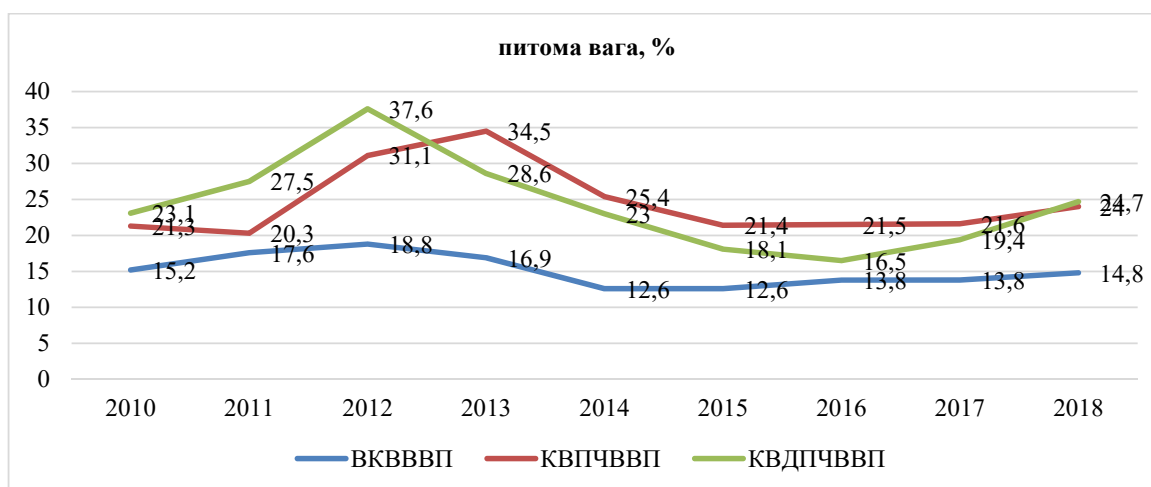


Рис. 2. Порівняння динаміки питомих ваг валових капітальних інвестицій, капітальних інвестицій у промисловість та капітальних інвестицій у добувну промисловість до відповідних структурних показників ВВП впродовж 2010-2018 рр.

дослідимо відношення капітальних інвестицій до ВВП (рис. 2), оскільки саме цей показник свідчить про продуктивність таких інвестицій: так, наукова думка свідчить, що «зростання частки інвестицій у ВВП на 1 процентний пункт забезпечує збільшення темпів економічного зростання на 0,2 процентного пункту, зайнятості – на 0,3 і скорочення інфляції – на 1 процентний пункт» [24, с. 58; 23, с. 63; 25].

Зауважимо, що значення показника віднесення обсягу валових капітальних інвестицій до ВВП у провідних країнах світу, що розвиваються, сягає від 30% до 50%; окремі показники щодо промисловості та добувної промисловості ще вищі [23, с. 63]. За даним Global Innovation Index наша країна з такими показниками не може перетнути 100-ту позицію рейтингу, що негативно позначається на всіх складових вітчизняної економіки [26].

Висновки і перспективи подальших досліджень. Загальний висновок щодо проведеного аналізу діяльності та стану добувної промисловості свідчить про стабільне зростання абсолютних показників за всіма напрямками; однак, таке зростання не є показовим,

оскільки через інфляцію та девальвацію гривні вартісні характеристики показників певним чином нівелюються. Втім, слід зазначити, що за досліджуваними напрямами ситуація щодо стану та діяльності добувної галузі в цілому слід визнати кращою ніж в цілому щодо економіки країни, а за окремим позиціями – і щодо промисловості країни. Таким чином, добувна промисловість є невід'ємною складовою загального економічного комплексу країни, що забезпечує безперебійне і успішне функціонування останнього в цілому та зокрема інших його секторів.

Посилення контролю за діяльністю підприємств добувної промисловості в складних економічних умовах забезпечить не тільки підвищення ефективності управління останніми, а й дозволить мобілізувати додаткові надходження до бюджету України. Отже, подальші дослідження в сфері такого специфічного інструменту інформаційно-аналітичного забезпечення управління підприємствами добувної промисловості, яким є аудит, сприятиме подальшому економічному розвитку останніх.

Список використаних джерел:

1. Атлас «Геологія і корисні копалини України» / Галецький Л.С., Чернієнко Н.М., Брагін Ю.М. та ін.; під ред. Л. С. Галецького. НАН України, Мінекології та природних ресурсів, ДФФД Міносвіти і науки, ТОВ УЦПТ «Геос-XXI сторіччя». Київ : В : ДП «Такі Справи». 2001. 168 с.
2. Галецький Л.С., Яковлев Є.О., Чернієнко Н.М. Зміна ролі і значення мінерально-сировинного потенціалу України в сучасних умовах. Національна безпека: український вимір: шокв. наук. зб. / Рада нац. безпеки і оборони України, Ін-т пробл. нац. безпеки; редкол. : Горбулін В.П. (голов. ред.) та ін. Київ, 2009. Вип. 4 (23). С. 32–38.
3. Галецький Л.С., Чернієнко Н.М., Ремезова О.О. Роль мінерально-ресурсної бази України для виводу економіки з кризового стану. *І науково-практичний семінар «Надрокористування в Україні. Перспективи інвестування»*. Україна, м. Трускавець, 10–14 листопада 2014 р. Матеріали семінару. Київ, 2014. С. 19–22.
4. Галецький Л.С., Чернієнко Н.М., Ремезова О.О. Роль і значення стратегічних мінеральних ресурсів України для Європи. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку геології: наука й виробництво*: матеріали Міжнародного геологічного форуму (15–20 серпня 2016 р., с. Коблеве, Миколаївська обл., Україна). Київ : УкрДГРІ, 2016. С. 47–52.
5. Родовища України: Мініральні ресурси України. URL: <http://minerals-ua.info/#features>.
6. Державний кадастр родовищ і проявів корисних копалин: Державне науково-виробниче підприємство «Державний інформаційний геологічний фонд України». URL: <http://geoinf.kiev.ua/derzhavnyy-oblik-rodovyschch-ta-zapasiv-korysnykh-kopalyn/derzhavnyy-kadastr-rodovyschch-i-proyaviv-korysnykh-kopalyn/>
7. Стан та використання МСБ: державна служба геології та надр України. URL: <https://www.geo.gov.ua/stan-ta-vikoristannya-msb>.
8. Енциклопедії Сучасної України. Добувна промисловість. URL: http://esu.com.ua/search_articles.php?id=20385.
9. Гірничий енциклопедичний словник: у 3 т. / за ред. В.С. Білецького. Донецьк : Східний видавничий дім, 2004. Т. 3. 752 с.
10. Гаврилюк Л.О. Пам'ятки історії видобувної промисловості України (ретроспективний огляд). *Праці Центру пам'яткознавства* : Зб. наук. пр. 2009. Вип. 15. С. 237–246.
11. Національний атлас України / НАН України, Інститут географії, Державна служба геодезії, картографії та кадастру ; голов. ред. Національного атласу України Л.Г. Руденко ; голова ред. кол. Б.Є. Патон. Київ : ДНВП «Картографія», 2007. 435 с.
12. Про затвердження Державного класифікатора України: Наказ Державний комітет зі стандартизації, метрології та сертифікації № 441 від 22.10.96. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/FIN560.html.
13. Про затвердження національних класифікаторів, зміни до державного класифікатора та скасування чинності державних класифікаторів: Наказ Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики № 375 від 26.12.05. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/FIN18658.html.
14. Про затвердження та скасування національних класифікаторів: Наказ Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики № 457 від 11.10.10 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10#Text>.
15. Таблиця «витрати – випуск» за 2003–2018 роки (в цінах споживача): із сайту Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
16. Таблиця ВВП України: із сайту Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/vvp/vvp_ric/vvp_u.htm.
17. Зовнішньоторговельний баланс України: із сайту Мінфіна України. URL: <https://index.minfin.com.ua/economy/gdp/eximp>.
18. Валовий внутрішній продукт виробничим методом та валова додана вартість за видами економічної діяльності : із сайту Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2008/vvp/vvp_ric/vtr_u.htm.
19. Капітальні інвестиції за видами промислової діяльності: із сайту Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/ibd/iki_pr/iki_pr_u/arh_kipr_u.html
20. Наявність і стан основних засобів: із сайту Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2011/ibd/nsoz/arh_nsoz_u.html.
21. Вартість основних засобів України за видами економічної діяльності: із сайту Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2011/ibd/vozed/vozed_u.htm.

22. Макмиллан Ч. Японская промышленная система. Москва : Прогресс, 1988. 400 с.
23. Лазебник Л.Л. Оновлення основних засобів в Україні: проблеми їх амортизації та використання. *Економіка України*. 2018. № 8. С. 62–74.
24. The Global Innovation Index. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/Home>.
25. Andrusiv U., Kinash I., Cherchata A., Polyanska A., Dzoba O., Tarasova T., Lysak H. (2020) Experience and prospects of innovation development venture capital financing. *Management Science Letters*. № 10 (4), P. 781–788. DOI: 10.5267/j.msl.2019.10.019.
26. Національний класифікатор України. Класифікатор видів економічної діяльності ДК 009:2010: Наказ Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 11.10.2010 № 457. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10#Text>.

References:

1. Haletskiy L.S., Cherniienko N.M., Brahin Yu.M. (2001) *Geologija i korysni kopalyny Ukrainy (Atlas)* [Geology and Minerals of Ukraine (Atlas)]. NAN Ukrainy, Minekologiyi ta pryrodnyh resursiv, DFFD Minosvity i nauky, TOV UICPT «Geos-XXI storichchja». Kyiv: V: DP «Taki Spravy». (in Ukrainian)
2. Galec'kyi L.S., Jakovljev Je.O., Cherniienko N.M. (2009) Zmina roli i znachennja mineral'no-syrovynnoho potencialu Ukrainy v suchasnyh umovah [Changing the role and importance of mineral potential of Ukraine in modern conditions]. *National security: the Ukrainian dimension*, vol. 4, no. 23, pp. 32–38.
3. Galec'kyi, L.S., Cherniienko, N.M., Remezova, O.O. (2014) Rol' mineral'no-resursnoi bazy Ukrainy dlja vyvodu ekonomiky z kryzovogo stanu [The role of the mineral resource base of Ukraine to bring the economy out of crisis]. *Proceedings of the Nadrokorystuvannja v Ukraini. Perspektyvy investuvannja: I nauko-vo-praktychnyj seminar* (Ukraine, Truskavets, November 10–14, 2014), Kyiv, pp. 19–22.
4. Galec'kyi L.S., Cherniienko N.M., Remezova O.O. (2016) Rol' i znachennja strategichnyh mineral'nyh resursiv Ukrainy dlja Jevropy [The role and importance of strategic mineral resources of Ukraine for Europe]. *Proceedings of the Aktual'ni problemy ta perspektyvy rozvytku geologii: nauka y vyrobnyctvo. Materialy Mizhnarodnogo geologichnogo forumu* (Ukraine, Kobleve, August 15–20), Kyiv, pp. 47–52.
5. Rodovyshha Ukrainy: Miniral'ni resursy Ukrainy [Deposits of Ukraine: Mineral resources of Ukraine]. Available at: <http://minerals-ua.info/#features> (accessed 20 October 2020).
6. Derzhavnyj kadastr rodovyshh i projaviv korysnyh kopalyn: Derzhavne nauko-vo-vyrobnyche pidpryjemstvo «Derzhavnyj informacijnyj geologichnyj fond Ukrainy» [State Cadastre of Deposits and Manifestations of Minerals: State Research and Production Enterprise "State Information Geological Fund of Ukraine"]. Available at: <http://geoinf.kiev.ua/derzhavnyy-oblik-rodovyshch-ta-zapasy-korysnykh-kopalyn/derzhavnyy-kadastr-rodovyshch-i-projaviv-korysnykh-kopalyn/> (accessed 20 October 2020).
7. Stan ta vykorystannja msb: derzhavna sluzhba geologii ta nadr Ukrainy [State and use of smes: civil service of geology and subsidy of Ukraine]. Available at: <https://www.geo.gov.ua/stan-ta-vikorystannya-msb/> (accessed 20 October 2020).
8. Encyklopedii' Suchasnoi' Ukrainy (Dobuvna promyslovist') [Encyclopedia of Modern Ukraine (Mining industry)]. Available at: http://esu.com.ua/search_articles.php?id=20385 (accessed 20 October 2020).
9. Bilec'kogo, V.S. (ed.) (2004) *Girnychyj encyklopedychnyj slovnyk* [Mining encyclopedic dictionary]. Donetsk: Shidnyj vydavnychyj dim. (in Ukrainian)
10. Gavryljuk, L.O. (2009) Pam'jatky istorii' vydobuvnoi' promyslovosti Ukrainy (retrospektyvnyj ogljad) [Monuments of the history of the mining industry of Ukraine (retrospective review)]. *Praci Centru pam'jatkoznavstva: Zb. nauk. Pr.*, vol. 15, pp. 237–246.
11. Rudenko, L.G. (2007) *Nacional'nyj atlas Ukrainy* [National Atlas of Ukraine]. Kyiv : DNVP «Kartografija». (in Ukrainian)
12. Pro zatverzhennja Derzhavnogo klasyfikatora Ukrainy [On approval of the State Classifier of Ukraine]. *Order of the State Committee for Standardization, Metrology and Certification №441 of 22.10.96*. Available at: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/FIN560.html (accessed 20 October 2020).
13. Pro zatverdzhennja nacional'nyh klasyfikatoriv, zminy do derzhavnogo klasyfikatora ta skasuvannja chynnosti derzhavnyh klasyfikatoriv [On approval of national classifiers, changes to the state classifier and repeal of state classifiers]. *Order of the State Committee of Ukraine for Technical Regulation and Consumer Policy №375 of 26.12.05*. Available at: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/FIN18658.html (accessed 20 October 2020).
14. Pro zatverdzhennja ta skasuvannja nacional'nyh klasyfikatoriv [On the approval and abolition of national classes]. *Order of the State Committee of Ukraine for Technical Regulation and Consumer Policy № 457 of 11.10.10*. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10#Text> (accessed 20 October 2020).
15. State Statistics Service of Ukraine. *Tablycja «vytraty – vyypusk» za 2003–2018 roky (v cinah spozhyvacha)* [Table "costs - output" for 2003–2018 (in consumer prices)]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 21 October 2020).
16. State Statistics Service of Ukraine. *Tablycja VVP Ukrainy* [Table of GDP of Ukraine]. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/vvp/vvp_ric/vvp_u.htm.
17. Website of the Ministry of Finance of Ukraine. *Zovnishn'otorgovel'nyj balans Ukrainy* [Foreign trade balance of Ukraine]. Available at: <https://index.minfin.com.ua/economy/gdp/eximp/> (accessed 21 October 2020).
18. State Statistics Service of Ukraine. *Valovyj vnutrishnij produkt vyrobnychym metodom ta valova dodana vartist' za vydamy ekonomichnoi' dijal'nosti* [Gross domestic product by production method and gross value added by type of economic activity]. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2008/vvp/vvp_ric/vtr_u.htm (accessed 21 October 2020).
19. State Statistics Service of Ukraine. *Kapital'ni investyicii' za vydamy promyslovoi' dijal'nosti* [Capital investment by type of industrial activity]. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/ibd/iki_pr/iki_pr_u/arh_kipr_u.html (accessed 21 October 2020).
20. State Statistics Service of Ukraine. *Kapital'ni investyicii' za vydamy ekonomichnoi' dijal'nosti* [The presence and condition of fixed assets]. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2011/ibd/nsoz/arh_nsoz_u.html (accessed 21 October 2020).
21. State Statistics Service of Ukraine. *Vartist' osnovnyh zasobiv Ukrainy za vydamy ekonomichnoi' dijal'nosti* [The cost of fixed assets of Ukraine by type of economic activity]. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2011/ibd/vozed/vozed_u.htm (accessed 21 October 2020).
22. Makmillan, Ch. (1988) *Yaponskaya promyshlennaya sistema* [Japanese industrial system]. Moscow: Progress. (in Russian)

23. Lazebnyk L.L. (2018) Onovlennja osnovnyh zasobiv v Ukraini: problemy i'h amortyzacii' ta vykorystannja [Renewal of fixed assets in Ukraine: problems of their depreciation and use]. *Ukraine economy*, vol. 8, pp. 62–64.
24. The Global Innovation Index. Available at: <https://www.globalinnovationindex.org/Home> (accessed 20 October 2020).
25. Andrusiv U., Kinash I., Cherchata A., Polyanska A., Dzoba O., Tarasova T., Lysak H. (2020) Experience and prospects of innovation development venture capital financing. *Management Science Letters*, no. 10 (4), pp. 781–788. DOI: 10.5267/j.msl.2019.10.019
26. Nacional'nyj klasyfikator Ukrainy. Klasyfikator vydiv ekonomichnoi' dijal'nosti DK 009:2010 [National Classifier of Ukraine. Classifier of economic activities DK 009: 2010]. *Order of the State Committee of Ukraine for Technical Regulation and Consumer Policy dated 11.10.2010 № 457*. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10#Text> (accessed 20 October 2020).

Наукове видання

ЕКОНОМІЧНИЙ ПРОСТІР

Збірник наукових праць

№ 162, 2020

Українською, російською та англійською мовами

Відповідальний редактор: *Вертелецька О.М.*

Технічний редактор: *Войтюк Ю.Г.*

Підписано до друку 30.11.2020 р.

Формат 60х84/8. Гарнітура Times New Roman.

Папір офсет. Цифровий друк. Ум. друк. арк. 15,81.

Наклад 100 прим.

Надруковано: Видавничий дім «Гельветика»

65101, Україна, м. Одеса, вул. Інглезі, 6/1

Телефони: +38 (048) 709 38 69, +38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08

E-mail: mailbox@helvetica.com.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи

ДК № 6424 від 04.10.2018 р.